جـامـعـة الـشـرق الأوسـط
MIDDLE EAST UNIVERSITY

المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية

Practitioners Skills of Public Relations Professions In Kuwaiti Ministries

إعداد الطالب: محمد حجاج العلاطي

إشراف

الاستاذ الدكتور تحسين منصور

قدمت هذه الرسالة استكمالا للحصول على درجة ماجستير في الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

2011-2010

تفويض

أنا محمد حجاج العلاطي أفوض جامعة الشرق الأوسط تزويد نسخ من رسالتي ورقيا وإلكترونيا للمكتبات أو المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

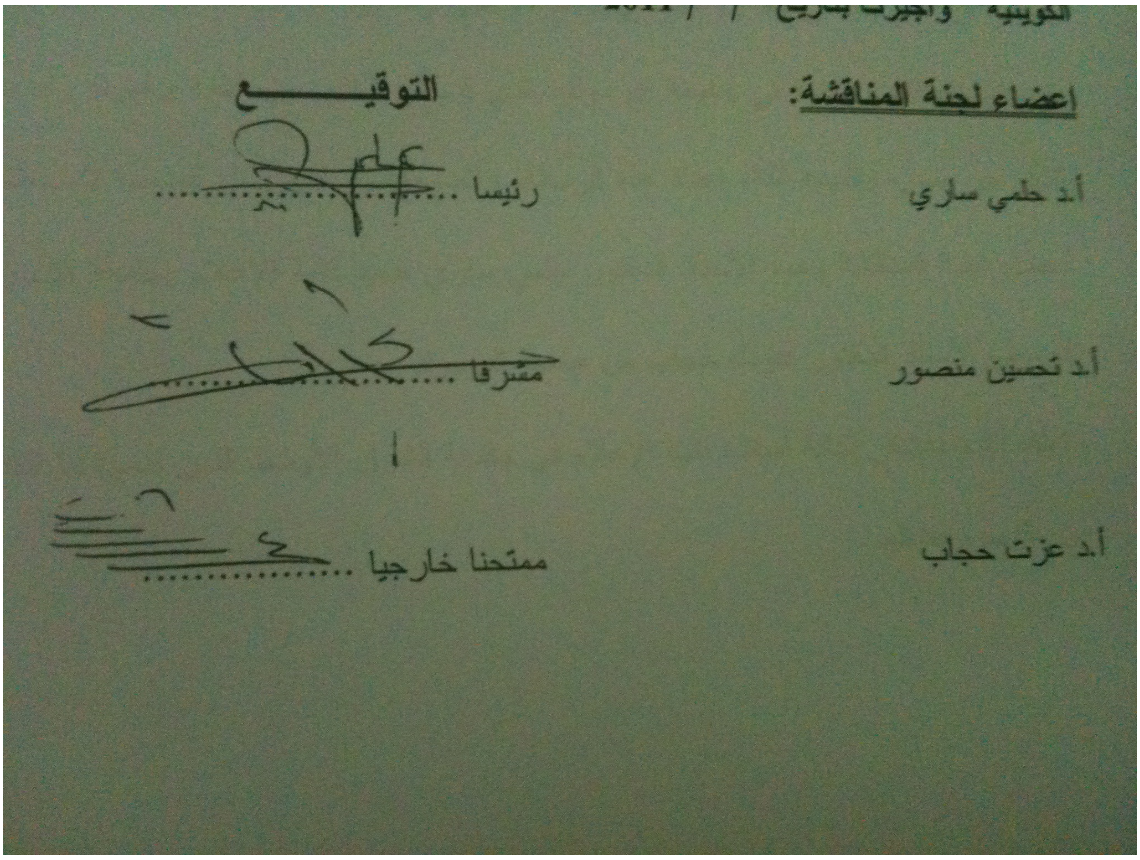
الاسم: محمد حجاج العلاطي

التاريخ:

التوقيع:

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها " **المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية**" " **وأجيزت بتاريخ 26 / 7 / 2011**



أعضاء لجنة المناقشة:	**التوقيـــــع**
أ.د حلمي ساري	رئيسا ....
أ.د تحسين منصور	مشرفا ....
أ.د عزت حجاب	ممتحنا خارجيا ....

شكر وتقدير

يسرني أن أتقدم بالشكر الجزيل لأستاذي المشرف على رسالتي الدكتور تحسين منصور أستاذ الإعلام والعلاقات العامة في جامعة اليرموك، الذي قدم لي الكثير من علمه وخبرته وأبدى الكثير من صبره وتفهمه أثناء إعداد هذه الرسالة، وأتقدم بالشكر الجزيل أيضا لأساتذتي أعضاء لجنة المناقشة وهم: الأستاذ الدكتور حلمي ساري عميد كلية الإعلام بجامعة الشرق الأوسط والأستاذ الدكتور عزت حجاب من جامعة اليرموك

وكذلك أتقدم بالشكر لكافة أساتذة كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط الذين قدموا لنا الكثير من علمهم وعطائهم.

الإهداء

إلى: والدي الكريمين

وإلى جميع أفراد أسرتي الذين تحملوا انشغالي عنهم وسفري الدائم

وإلى كل من أسهم في إنجاح هذه الرسالة .

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الملاحق

المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية

إعداد الطالب: محمد حجاج العلاطي

إشراف

الأستاذ الدكتور تحسين منصور

الملخــص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية من حيث التأهيل و التدريب و الخبرات ورضا الممارسين و تقييمهم للظروف الوظيفية التي يعملون بها. ولتحقيق هذا تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وتكونت عينة الدراسة من (250) مفردة تم اختيارها بواسطة أسلوب العينة العشوائية البسيطة. وتم تحليل (235) استبانه كانت صالحة للتحليل الإحصائي. وتم التأكد من صدق الأداة و ثباتها بواسطة الطرق العلمية المعروفة .

وتم استخدام التكرارات و النسب المئوية و المتوسطات الحسابية للإجابة عن أسئلة الدراسة **وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها ما يلي:**

1- إن الأكثرية من ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الحكومية الكويتية من الإناث بنسبة (60%)

2- جاءت الفئة العمرية "من 26–30 سنة" لممارسي العلاقات العامة في المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (37.8%) مقارنة مع فئات الأعمار الأخرى.

3- حقق المؤهل الجامعي لممارسي العلاقات العامة الترتيب الأول و بنسبة (48.1%)

4- بلغت نسبة ممارسي العلاقات العامة غير المتخصصين في الإعلام و العلاقات العامة (80.8%)

5- كانت أعلى نسبة رضا للممارسين عن تأهيلهم الأكاديمي لفئة الجامعيين

6- توزعت مستويات الرضا عن التدريب المهني على ثلاثة مستويات ، كان أولها الراضين بشكل متوسط.

7- يتمتع ممارسو العلاقات العامة بمهارات إجراء البحوث العلمية، واستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، والاتصال الشخصي، والتعامل مع وسائل الاتصال الجماهيري، والحرص على متابعة الأخبار العامة والخاصة في مجال العمل، وإجادة اللغتين العربية والانجليزية بدرجات مختلفة.

8- جاءت نسبة الرضا المتوسط للعاملين في العلاقات العامة عن مهاراتهم المهنية بالترتيب الأول .

9- من أبرز جوانب النقص التي يعاني منها ممارسو العلاقات العامة النقص في الدورات التدريبية والتخطيط وعدد الموظفين.

Practitioners Skills of Public Relations Professions in Kuwaiti Ministries

By:
Mohammad Hajjaj

Supervision:
Prof. Tahseen Mansour (Ph.D.)

Abstract:

This study aimed to identify the professional skills of practitioners of public relations in the Kuwaiti ministries in terms of rehabilitation, training, experience, practitioners' satisfaction and functional assessment of the circumstances in which they work. To achieve this, descriptive and analytical approach was used. The study sample consisted of (250) case who were selected using simple random sample method. (235) valid questionnaires for statistical analysis were analyzed. Reliability and validity tests were used also. the percentages, frequencies and means were used to answer the study questions.

The study reached the following results:
1 - The majority of the practitioners of public relations in Kuwaiti ministries are females (their percentage were 60%) .
2 - The age group "26-30 years" of practitioners of public relations was ranked first with a percentage of (37.8%) compared to other age groups .
3 - The university qualification for practitioners of public relations was ranked first with a percentage of (48.1%)
4 – The percentage of public relations practitioners of non-specialists in the media and public relations was (80.8%)
5 – Those who completed their university studies were the most satisfied about their qualifications.

ن

6 - Satisfaction about vocational training was distributed at three levels, the first of which are those whom are moderately satisfied.
7 - Public relations practitioners have the skills of conducting scientific research, using of communication technology, personal communication, dealing with mass communication media, strive to follow the public and private news in their work field, and proficiency in both Arabic and English languages to varying degrees.
8 – Those who were moderately satisfied about their vocational skills were ranked first.
9 – The lack of training courses, planning and staff numbers were of the most prominent shortfalls experienced by public relations practitioners

الفصل الأول: مقدمة الدراسة

الفصل الأول: مدخل الدراسة

تمهيد :

لم يعد من الممكن لأي مؤسسة أو منظمة أو هيئة أو وزارة في الدول الحديثة أو السائرة على طريق التحديث أن تستغني عن وظيفة العلاقات العامة في تحقيق وظائفها وتحسين خدماتها وإنجازاتها. وذلك بسبب تعقد العلاقات في المجتمعات المعاصرة. مما يحتم معه أن تقوم هيئة العلاقات العامة بدراسة المجتمع ووضع النتائج والخلاصات والخطط أمام المعنيين وتزويد المؤسسة بالسبل المناسبة في تعاملها مع المجتمع. كذلك فإن العلاقات العامة تسهم مساهمة كبيرة في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى جمهورها، وهي المسئولة عن الاتصال بالاتجاهين: الصاعد والهابط مما يعني أنها تهم المنظمة أو الوزارة وتهم الناس المستفيدين أيضا.

إن سلطة القانون وحدها لا يمكنها أن تكسب المؤسسات الحكومية تأييد الجمهور ومساندته، إذ ينبغي في كل الظروف أن توصل المؤسسة إلى ذهن الجمهور الدور الذي تقوم به، وتأثيرها عليه سواء خارج المؤسسة أو داخلها.(الخطيب،2000،72)

والعلاقات العامة في مجال المؤسسات الحكومية لها أهمية بارزة حيث تمارس الحكومة أعباء ضخمة وعليها مسؤوليات عديدة تجاه أفراد المجتمع وهذا ما استدعى ضخامة جهازها الحكومي(الدليمي، 2005،153)

والعلاقات العامة في دولة الكويت خصوصا وفي الدول العربية عموما ما تزال في بداية طريقها للتطور والنماء بعد أن بدأت الجهات الحكومية تحذو حذو القطاع الأهلي في الاهتمام

بدوائر العلاقات العامة ووظائفها في الجهاز الحكومي، لكن الحقيقة أن هذا الاعتــراف جــاء متأخرا مما يعني أن هذه المهنة ما تزال بحاجة إلى الكثير من المساعدة والمساندة والكثير من الدراسة والبحث لمعرفة جوانب القصور لمعالجتها وجوانب التقدم لتثبيتها وتعزيزها.

وتأتي هذه الدراسة حول المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الجهاز الحكومي من منطلق التعرف إلى بعض جوانب هذه المهنة في دولة الكويت مساهمة من الدراسة في وصف واقع العلاقات العامة كمرحلة أولى نحو الارتقاء بها.

وكانت الحكومة الكويتية قد بدأت تدخل دوائر العلاقات العامة في نهاية القرن العشرين إلــى وزاراتها وهيئاتها و اعترفت بجمعية ممارسي العلاقات العامة عام 2006 مما يعني أنها تتفهم الأهمية الكبيرة لهذه المهنة(موقع جمعية العلاقات العامة الكويتية)، وقبل ذلك بدأت الحكومة الكويتية باستحداث دوائر للعلاقات العامة في أغلب وزاراتها ومؤسـساتها، لكــن ممــارس العلاقات العامة لم يشترط فيه أن يكون خريجا أكاديميا بهذا التخصص أو تخصص الإعلام ، بل إن ممارسي العلاقات العامة جاءوا من مختلف التخصصات الأكاديمية وبعضهم لم يكمــل تعليمه الجامعي في أي مجال مما يعني وجود مشكلة في فهم وظائف العلاقات العامــة وفــي الكفاءات المطلوبة من أجل بناء مثل هذا الجهاز المهم داخل الوزارات والمؤسسات الحكومية.

مشكلة الدراسة:

خطت دولة الكويت خطوات ملموسة في مسيرة تطوير جهازها الحكومي وأدخلت فيه الكثير من التحديثات المتبعة في الدول المتقدمة سعيا منها لتحقيق أداء أفضل لجهازها الحكومي نحو تقديم خدمات أفضل للمواطنين.

وبما أنه لا غنى عن دور العلاقات العامة في رفع كفاءة الوزارات والهيئات الحكومية ، وفي تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين والمتعاملين مع الدوائر الحكومية المختلفة، وبما أن مهنة العلاقات العامة هي وظيفة مستجدة نسبيا في الوزارات والدوائر الحكومية في دولة الكويت، فإن مشكلة الدراسة تتمثل في التعرف إلى المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة كجزء من التعرف إلى واقع العلاقات العامة في الوزارات الكويتية.

فكيف هو واقع العلاقات العامة في الجهاز الحكومي في دولة الكويت؟ وهل المستوى المهني للممارسين في الوزارات الكويتية تساعد على رفع كفاءة الخدمات الحكومية وهل تساعد في تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين والمتعاملين مع الدوائر الحكومية؟ وهل يحتاج ممارسو العلاقات العامة للمزيد من العناية والاهتمام لرفع كفاءاتهم وتطويرها وتنميتها بما يحقق أغراض الدوائر الحكومية المختلفة؟ هذه هي مشكلة الدراسة التي تحاول كشف جانب من جوانب واقع العلاقات العامة في دولة الكويت.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة التعرف إلى جانب المهارات المهنية للممارسين في الوزارات الكويتية.

وللدراسة أهداف فرعية كما يلي:

أولا: التعرف إلى مستوى التأهيل والتدريب والخبرات:

ثانيا: التعرف إلى مستوى الرضا للعلاقات العامة في الوزارات الكويتية تجاه عناصر الهدف الأول.

ثالثا: تقييم الممارسين للعلاقات العامة في الوزارات الكويتية للظروف الإدارية/ الوظيفية التي يعملون بها.

أهمية الدراسة:

يمكن أن تكتسب هذه الدراسة أهمية من كونها تندرج في سياق التعرف إلى بعض جوانب مهنة العلاقات العامة في الوزارات الكويتية، والتعرف والوصف هو الخطوة الأولى على طريق التطوير والتحسين، وهي قد تكون مساهمة متواضعة في تطوير مهنة العلاقات العامة في جهاز الدولة، ذلك أن هذه المهنة بحاجة إلى المزيد من الدراسات في هذا الاتجاه لرفع مستواها ورفع مستوى الخدمات التي تقدمها الوزارات والدوائر الحكومية للمواطنين، كذلك فإن هذه الدراسة من شأنها التنبيه لأهمية تعليم وتدريب وتأهيل ممارسي العلاقات العامة بالمهارات المهنية والسلوكية الضرورية للرقي بالممارسين وبأدائهم.

أسئلة الدراسة:

تحاول الدراسة الإجابة عن السؤال الرئيسي التالي:

ما المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية؟.

وينبثق عن هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

1- **ما الخصائص الديموغرافية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية من حيث النوع الاجتماعي والعمر؟**

2- **ما مستويات التأهيل العلمي أو الأكاديمي لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية؟**

3- **ما التخصصات الأكاديمية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية؟**

4- **ما مدى رضا ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية عن تأهيلهم الأكاديمي؟**

5- **ما مستويات التدريب المهني الذي يتلقاه ممارسو العلاقات العامة في الوزارات الكويتية؟.**

6- **ما مستويات المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية؟.**

7- **ما مستوى رضا ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية عن مهاراتهم المهنية؟**

8- **ما جوانب النقص التي يعاني منها ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية؟**

9- **ما مستويات الإدارية لوظيفة العلاقات العامة في الوزارات الكويتية؟**

حدود الدراسة:

حدود الدراسة المكانية: الوزارات الكويتية وعددها أربع عشرة وزارة.

حدود الدراسة الزمانية: مع بداية الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي، أي مع بداية شهر شباط/ فبراير حتى شهر أيار/ مايو 2011.

حدود الدراسة الموضوعية: تنحصر هذه الدراسة في الجانب المتعلق بالمهارات المهنية للممارسين وبعض ظروف أو شروط الارتقاء بها من وجهة نظر هؤلاء الممارسين ولا تهتم بالجوانب والمهارات الأخرى.

محددات الدراسة:

تقتصر هذه الدراسة على المحددات التالية:

1. ممارسو العلاقات العامة في الوزارات الكويتية فقط، ولن تتضمن الهيئات الحكومية التي تتمتع ببعض الاستقلال عن الوزارات.

1. النتائج التي سيتم الحصول عليها من مجتمع الدراسة قابلة للتعميم على الوزارات الكويتية كافة لأنها اعتمدت على أسلوب العينة العشوائية البسيطة.

2. تعمدت الدراسة عدم تحديد النتائج تبعا للوزارة المحددة وذلك بسبب قلة أعداد ممارسي العلاقات العامة في بعض الوزارات، وكذلك تحاشيا لأية حساسيات قد تظهر نتيجة التخصيص لكل وزارة من الوزارات المشمولة في الدراسة.

المصطلحات الإجرائية:

العلاقات العامة: ولها تعريفات متعددة نختار منها تعريف المعهد البريطاني للعلاقات العامة إذ يعرفها بأنها "إيجاد التفاهم المتبادل بين المنظمة وأفرادها وأي مجموعة من المجموعات أو الأفراد أو المنظمات، وما ينتج عن هذا التفاهم من إقامة سمعة طيبة وعلاقة مستمرة.(المصري،2000،ص5) وسنتعرض لتعريفات أخرى في الإطار النظري.

المهارات المهنية: تتعدد التصنيفات في شأن المهارات المهنية لممارسين مما دفعنا لدمج أكثر من تصنيف لتناسب غايات هذه الدراسة، ومنها (الدرة والمجالي،2010، 180):

1- المعرفة في حقل العلاقات العامة والمهارات المرتبطة.(أي التأهيل الأكاديمي والقدرة على البحث العلمي)
2- فهم الاتصالات والمهارات فيها.
3- فهم التكنولوجيا والمهارات فيها.
4- فهم الأحداث الجارية.
5- فهم الأعمال.
6- فهم الإدارة ومهاراتها.

وذكر آخرون مهارات أخرى أهمها(Global Experts):

7- إجادة اللغة العربية قراءة ومحادثة وفق قواعد اللغة.
8- إجادة لغة أجنبية واحدة على الأقل قراءة ومحادثة وكتابة.

ولغايات هذه الدراسة، فإن الباحث سيأخذ بالمهارات الأساسية التالية لغايات بحثه:

1- التأهيل العلمي والقدرة على إجراء البحوث.
2- إجادة استخدام وسائل الاتصال الحديثة وتكنولوجيا المعلومات.
3- الإلمام بقواعد التعامل مع وسائل الإعلام الجماهيري محادثة وكتابة.
4- متابعة الأخبار العامة والأخبار الخاصة بالمجال الذي يعمل فيه.
5- إجادة اللغة العربية قراءة ومحادثة وفق قواعد اللغة.
6- إجادة لغة أجنبية واحدة على الأقل قراءة ومحادثة وكتابة.

التأهيل العلمي أو الأكاديمي: ويقصد به التأهيل الأكاديمي الذي تلقاه الممارس في المدارس أو من خلال الدراسة الجامعية ما بعد الثانوية العامة بمختلف مستوياتها(دبلوم، بكالوريوس، ماجستير، دكتوراه) أو أي دورات تأهيلية ما بعد الثانوية العامة لا تقل مدتها عن سنة كاملة.

التأهيل التدريبي والعملي: ولغايات هذه الدراسة فيعرف بأنه الأنشطة التدريبية المنظمة والمخططة التي يشرف عليها خبراء ومختصون في العلاقات العامة أو مهاراتها المهنية والتي التحق بها ممارسو العلاقات العامة لأجل تحسين قدراتهم أثناء القيام بوظائفهم في الدوائر التي يعملون بها.(الباحث)

المستوى الإداري للعلاقات العامة: ويعني الارتباط بالهيكل الإداري في المنظمة أو المؤسسة أو الوزارة التي يعمل بها ممارسو العلاقات العامة كجهاز داخلي من أجهزة تلك المؤسسات والمنظمات والوزارات.

الوزارات الكويتية: وهي وزارات الحكومة الكويتية، ويبلغ عددها في فترة إعداد هذه الدراسة سبع عشرة وزارة هي: الداخلية، الخارجية، المالية، الشؤون الاجتماعية، العدل، التجارة

والصناعة، التعليم العالي، التربية، النفط، الأشغال العامة، المواصلات، الأوقـــاف، البلديـــة، الإعلام، الدفاع، الصحة. الكهرباء والماء.

الفصل الثانـي

الإطار النظري والدراسات السابقة

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

العلاقات العامة: الأهمية والتطور المهني

1- فلسفات العلاقات العامة وتعريفاتها:

مصطلح العلاقات العامة من المصطلحات القليلة التي لا تزال حتى الآن محل اجتهاد من الباحثين والممارسين على حد سواء، وعلى الرغم من وجود حد أدنى من الاتفاق على بعض مكونات العلاقات العامة ووظائفها وأوجه الشبه بينها إلا أن هناك قدرا من المفاهيم الخاطئة وقدرا من الاختلاف حول ماهيتها وطبيعتها ومسؤولياتها ونطاق اختصاصها كما تشير الكثير من المراجع والأدبيات كما سيظهر معنا خلال مناقشات هذا الفصل.

والعلاقات العامة تعتبر من الوظائف الإدارية الحديثة، ولا يزال باب الاجتهاد النظري والتطبيقي مفتوحا أمام المزيد من تطوير أساليب الممارسة وطرائقها، وصقل المفاهيم النظرية للعلاقات العامة في ضوء الممارسة (حسين، 2005، 31)، لذلك فقد وجدت تعريفات متعددة للعلاقات العامة، نختار منها عددا من التعريفات المشهورة وأخرى من التعريفات الحديثة:

تعريف المعهد البريطاني: يعرفها المعهد البريطاني بأنها "إيجاد التفاهم المتبادل بين المنظمة وأفرادها وأي مجموعة من المجموعات أو الأفراد أو المنظمات، وما ينتج عن هذا التفاهم من إقامة سمعة طيبة وعلاقة مستمرة.(المصري،2000،ص5)

ويعرفها قاموس أكسفورد: بأنها " هي الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة بالمجتمع. (الدليمي،2011، 40)

أما من حيث التعريف المهني لمصطلح العلاقات العامة، فهناك مفهومان رئيسيان لمصطلح العلاقات العامة، وهما:

المفهوم الأول: وهو المفهوم المقترن بنشأة مهنة العلاقات العامة، والذي يحددها بالنشاط الذي تمارسه المنظمة لإقامة تفاهم متبادل بينها وبين جمهورها.

ومن التعريفات التي تأخذ بالمفهوم الأول ما جاء في قاموس أكسفورد للعلاقات العامة باعتبارها الفن القائم على أسس علمية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق أهدافها مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية والقوانين والأخلاق العامة.

المفهوم الثاني: ويشير إلى أنها فلسفة اجتماعية تهدف إلى معالجة مشكلات الفرد في المجتمع الحديث، ومساعدته على التكيف مع تلك المشكلات، وبالتالي تحقيق التوافق والتكامل الاجتماعي.(عبد الرحمن،2000،ص 44)

أما التعريف الذي يتماثل مع المفهوم الثاني الذي يأخذ بالبعد الاجتماعي فهو تعريف "الشرعة الدولية للعلاقات العامة الذي ينص على أن العلاقات العامة هي "الجهود التي يبذلها فريق ما لإقامة العلاقات الطيبة واستمرارها بين أعضائه، وبين مختلف قطاعات الرأي العام"، ويتضمن هذا التعريف عدة عناصر هي: وجود فريق أي المؤسسات والشركات. الجهود المبذولة ويقصد بها النشاطات التي يبذلها الفريق لإقامة العلاقات الطيبة. ثم إقامة العلاقات الطيبة واستمرارها بين المؤسسة والجمهور. ثم أخيرا أطراف العلاقة الطيبة ويقصد بها العلاقة الطيبة مع الجمهور الداخلي مع المؤسسة ثم المؤسسة وجمهورها الداخلي بجمهور المنتفعين.(الدليمي، 2011، 41)

وعرف جيمس جرونج وتود انت Todd Hunt &James E.Grunig العلاقات العامة بأنها "المهنة التي تعنى بإدارة عملية الاتصال بين المؤسسة وجماهيرها" كما يعرفها كايود Caywood بأنها المجال المهني المسؤول عن تحقيق التكامل المستمر لعلاقات المؤسسة مع جماهيرها من خلال إدارة الاتصالات التي تؤدي إلى بناء وحماية سمعة المؤسسة.(Heath,2001,p 359).

ووضع غريب عبد السميع تعريفا إجرائيا يحدد أهم ملامح مهنة العلاقات العامة في العناصر التالية:

1- هي مجموعة من العمليات التطبيقية للعلوم الاجتماعية.

2- هي مهنة يمارسها متخصصون على مستوى مناسب من العلم والخبرة والمهارة.

3- تستفيد منها المنظمات في إيجاد التفاهم والتكيف بينها وبين جماهيرها داخليا وخارجيا.

4- تستخدم وسائل الاتصال استخداما علميا.(عبد السميع، 2003،ص 52).

كما قدمت بعض التعريفات المهنية لمصطلح العلاقات العامة إطارا شاملا لمراحل أداء مهنة العلاقات العامة حيث تعرف بأنها "المهنة التي تتولى تخطيط وتنظيم وتوجيه وتقويم الأنشطة والأعمال المتعلقة بالجماهير المرتبطة بالمنظمة، وكذلك الرأي العام بهدف الاحتفاظ بعلاقات طيبة معهم وتستخدم في سبيل ذلك البحوث ومختلف وسائل الاتصال وفنونه على أسس أخلاقية مهنية لتحقيق هذه المهام". (زيدان، 1999,ص69-93).

2- الأهمية المهنية للعلاقات العامة:

يزداد الوعي بأهمية البعد المهني أو الخصائص المهنية للعلاقات العامة، مما يعني ترسيخ الاعتراف بكون وظيفة العلاقات العامة كأي مهنة أخرى تحتاج إلى صفات مهنية وتدريب مهني عملي ونظري.

ويتميز العصر الحديث بالتغيرات السريعة والأحداث المتلاحقة مما يجعل العلاقات العامة مهنة ضرورية. ولم يعد من الممكن أن تترك الأمور للصدفة في ظل المواقف الاجتماعية المعقدة التي تحتاج إلى دراسة مستمرة وبحث دقيق.(عجوة ،2000،ص 255). ولا تقتصر ضرورة مهنة العلاقات العامة على المنظمات فحسب، بل تقترن هذه الضرورة بحياة المجتمع بدءاً بالفرد وانتهاءً بالدولة. وكلما زاد حجم الجماعة ازدادت مهام المهنة كماً وتعقيداً وازدادت أهميتها في حياة المجتمع.(خضر 1998,ص 13). وبعد الحرب العالمية الثانية ازدادت أهمية العلاقات العامة بصورة ملحوظة فباتت تلعب دورا كبيرا في المجتمعات العصرية، وكان للتقدم العلمي والتكنولوجي وتنوع وسائل الاتصال والإعلام المختلفة من صحافة وإذاعة وتلفزيون وأجهزة طباعة، تأثير كبير في زيادة أهمية وفعالية العلاقات العامة.(الدليمي، 2011، 51)

وتعرف العلاقات العامة في إطارها المهني بأنها "تلك المهنة التي تعنى بتكوين سمعة المؤسسة من خلال الجهد المخطط الذي يسعى إلى بناء العلاقات المستمرة مع الجماهير، وكسب تأييدها لأعمال المؤسسة، والتأثير في آراء وسلوكيات الجماهير لتحقيق الفهم المشترك بين المؤسسة والجماهير".(Harrison,2000,p.2)

ويضرب رونالد ليفي Ronald N Levy مثالا على الأهمية المهنية للعلاقات العامة, حيث يشير إلى أنه إذا كان ممارسو مهنة الطب يساعدون بعض المرضى في أوقات محددة، فإن

ممارسي العلاقات العامة يساعدون ملايين الأفراد في أوقات متعددة، وذلك من خلال تقـديم المعلومات التي تساعد هؤلاء الأفراد على اتخاذ القـرارات الـسليمة فـي شـتى مجـالات الحياة.(Ronald N.Levy 2001,pp.45-46).

ولا يوجد خيار أمام المؤسسات في أن يكون لها علاقات عامة مع الجماهير أو لا, ذلـك أن المؤسسات كلها تمارس بالفعل الاتصال بالجماهير التي تمثل أهمية خاصة بالنسبة لها، ولكن الخيار ليس في وجود العلاقات العامة وإنما فيما إذا كانت ممارسة العلاقات العامة سوف تتم بطريق منظمة ومهنية أم أنها ستترك للعمل العشوائي.

وتتضح أهمية ممارسة العلاقات العامة في إطارها المهني السليم من إدراك ضرورة لجـوء المؤسسات المختلفة إلى استخدام استراتيجيات الإقناع في التعامل مع الجمهور، ذلك أنه غالباً ما يتكون لدى جماهير المؤسسة نوع من الشك في أعمالها وسياساتها. ومن هنا فقـد أصـبح الوجود السليم للإدارة المسؤولة عن ممارسة مهام العلاقات العامـة داخـل التنظـيم الإداري للمؤسسة وتطبيقها بالمفهوم المهني الصحيح يعد أحد مؤشـرات النجـاح للمؤسـسة.(العـالم 2002,ص10).

كما تتضح أهمية العلاقات العامة في المجتمع المعاصر من خلال استعراض الحـالات التـي استطاعت فيها المهنة أن تحقق للمؤسسات التي تعمل لصالحها أرباحاً طائلـة عـن طريـق تطوير البرامج الاتصالية التي ساعدت في تكوين علاقات إيجابية ومثمرة بين تلك المؤسسات وبين وسائل الإعلام والعملاء والعاملين والممولين والمستثمرين والجمهور العام أيضاً.(L.C Hon 1997.1-30)

وقد أصبح من الضروري لنجاح أي مؤسسة أن تكون لها صورة ذهنية محابية Favorable Image لدى الجماهير، مما يوضح أهمية مهنة العلاقات العامة التي تضطلع بتكوين هذه الصورة.(لاشين 1994. 12).

ويرى (عجوة، 2002، 9) أن الصورة الذهنية هي "الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين، أو نظام ما، أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة محلية أو دولية، أو مهنة معينة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، وبغض النظر عن صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب، فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادقا ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها".

ومن هنا فإن العلاقات العامة تبرز كنشاط هام تحرص عليه المؤسسات التي تعنى بتكوين صورة مشرقة لها في المجتمع .(البخشوانجي،2001، 89).

وبما أن مهنة العلاقات العامة تسعى في جوهرها إلى خلق الصورة الذهنية الطيبة في نفوس أفراد المجتمع، فإن رضا العاملين بهذه المهنة وسلوكهم في المجتمع يؤثر تأثيرا قويا على إرساء الصورة الإيجابية في أذهان الجماهير.

وتتوقف عملية بناء الصورة الذهنية على تفهم ممارس العلاقات العامة لدوره المهني، وممارسته الصحيحة للأنشطة الاتصالية، والتخطيط الجيد للبرامج، وأيضاً تفهم الإدارة العليا لدور المهنة بما يتيح الفرصة لممارس العلاقات العامة لمعاونة الإدارة في اتخاذ القرارات الصائبة.(الخاجة 1999,ص107-170).

وإذا كانت الأهمية المهنية للعلاقات العامة تنبع من قدرة ممارسيها على بناء صورة المؤسسة التي ينتمون إليها في أذهان الجماهير، فإنه من الأهمية بمكان محاولة دراسة الصورة الذهنية التي يكونها ممارس مهنة العلاقات العامة عن مهنته والتعرف على ملامح إدراكه لدوره المهني ومدى علاقة هذه الصورة بمستوى أداء العاملين بالعلاقات العامة لمتطلباتهم المهنية والتعرف كذلك على الخصائص الديموغرافية من جنس وعمر ومستوى تعليمي وتدريبي لممارسي مهنة العلاقات العامة.

3ً: التطور المهني للعلاقات العامة:

رغم أن العلاقات العامة عرفت في المجتمعات القديمة منذ فجر الحضارة، إلا أنها لم تأخذ سماتها الحالية ولا اسمها الحالي إلا في بداية القرن العشرين في الولايات المتحدة، ويشار إلى أن مصطلح العلاقات العامة كان قد كتب أول مرة عام 1807 بيد الرئيس الأمريكي جيفرسون. أما إيفي لي Ivy Ly فقد لقب ب " أبو العلاقات العامة" بعد أن وضع كثيرا من مبادئها خلال رحلته مع المهنة التي بدأت مع مطلع القرن العشرين حتى وفاته في عام 1934. وظل إيفي لي يستخدم عبارات: مستشار النشر، خبير النشر، مدير النشر، حتى عام 1921 حيث استخدم لأول مرة تعبير العلاقات العامة في النشرة التي أصدرها مع مساعديه في ذلك العام تحت عنوان "العلاقات العامة". (الطماوي،2003،ص 40)

ويشرح هارولد بيرسون Burson Harold مؤسس وكالة بيرسون- مارستلر -Burson Marsteller طبيعة التطور المهني الذي شهدته العلاقات العامة في القرن العشرين من خلال توضيح أشكال العلاقة بين ممارسي العلاقات العامة وبين عملائهم على النحو التالي:

1- في بداية نشأة مهنة العلاقات العامة كان العملاء يسألون الممارسين السؤال التالي: "كيف نقدم هذا النشاط إلى الجمهور؟".

2- وفي المرحلة الثانية أصبح السؤال: "ما النشاط الذي يجب أن نقدمه إلى الجمهور؟".

3- وفي المستوى الثالث من التطور يكون السؤال "كيف نؤدي هذا النشاط؟".

4- أما في أكثر مستويات المهنة تطوراً فإن السؤال "ما النشاط الذي يجب أن نؤديه؟".(Howard,1995,p.5-12).

ومن أجل تطوير الأبعاد المهنية في مجال العلاقات العامة فلا بد من المتطلبات التالية"

1- استخدام التكنولوجيا المتقدمة في العمل وذلك للتواكب مع تغيرات العصر.

2- تطوير أساليب تقويم أداء المهنة.

3- العمل على تطوير العلاقات العامة كمهنة وليس كمجرد مزيج من الأنشطة الإعلامية والتسويقية.

4- استخدام الأدوات الاتصالية المتكاملة.

5- الاهتمام بتعليم الممارسين المبتدئين.

6- وفي سبيل إعلاء المكانة المهنية للعلاقات العامة بدأ خبراء هذا المجال يضعون المبادئ الأساسية لتحقيق هذا الهدف، ومن أهمها:

1- الاستفادة من المعرفة المتخصصة عن الجمهور في أداء مهام المهنة.

2- الاعتماد على نموذج الاتصال ذي الاتجاهين Two-Way Communication Model بين المؤسسة وبين الجمهور. (الدرة والمجالي، 2010، 37)

3- التأكيد على مكانة العلاقات العامة كمهنة استشارية متخصصة وليس مجرد قناة لتوصيل تصريحات العملاء.

وتعد مهنة العلاقات العامة من أكثر مجالات العمل نمواً في العصر الحديث حيث تشير إحصاءات مكتب العمل الأمريكي American Bureau of labor إلى أنه من المتوقع أن تصبح العلاقات العامة من أكثر المهن نمواً فيما بين عامي 1998–2008 . كما يتوقع تقرير منظمة العمل الأمريكية American Department of Labor أن تتزايد فرص العمل في مجال العلاقات العامة بنسبة 60% بحلول عام 2005. (Danny M. & Barbara .D.2002.p3).

وليس من الغريب أن تكون مهنة العلاقات العامة قد شهدت تقدما كبيرا في الولايات المتحدة والغرب عموما حيث نشأت هذه المهنة وأصبحت علما يدرس في المعاهد والجامعات منذ بدايات القرن العشرين الماضي، ويساعد على انتشار هذه المهنة في الغرب النمط الاقتصادي السائد فيه القائم على الشركات الكبرى التي تحتاج إلى أجهزة كبيرة من العلاقات العامة لتستطيع إدارة التعامل مع الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي بطريقة علمية تضمن للمؤسسة النجاح الدائم والحفاظ على صورة ذهنية جيدة تساعدها على تسويق سلعها أو خدماتها.

وتشير نتائج بعض الدراسات الحديثة إلى أن مهنة العلاقات العامة آخذة في التطور في العديد من الدول النامية أيضاً, ذلك أنه لن يكون هناك مبرر لممارسة العلاقات العامة ما لم ينضم ممارسو هذه المهنة إلى المناصب الإدارية العليا بالمؤسسة. (Moss & DeSanto 2002,.,p 6). ويعزز من هذا الاتجاه التطورات الكبيرة في اقتصاد الدول النامية حيث انتقلت إليها سياسة الأسواق الحرة من الغرب ولحقتها الشركات الكبرى والشركات العابرة للقوميات لإنشاء فروع لها في العديد من الدول النامية، وساعد ذلك على انتشار مفهوم أو ثقافة العلاقات العامة بين الشركات المحلية وفي ثقافة الجمهور الداخلي والخارجي إلى حد

كبير، وهذا مما ساعد على توجه أعداد متزايدة من الطلبة الجامعيين لدراسة الإعلام والعلاقات العامة لتلبية الحاجات الجديدة للأسواق في هذا المجال، وما يزال هذا المجال يعاني من نقص بالأيدي العاملة المدربة والمتخصصة، خصوصا بعد أن بدأت الحكومات في التوسع في إنشاء دوائر وأقسام للعلاقات العامة في أغلب وزاراتها ودوائرها ومؤسساتها، وينطبق هذا الأمر على دولة الكويت إلى حد كبير كما سنرى لاحقا.

4- المؤشرات المهنية في مجال العلاقات العامة:

تطورت النظرة إلى العلاقات العامة في الآونة الأخيرة من اعتبارها مجال عمل فرعي في إطار الاتصال الجماهيري أو على أنها تخصص تابع لأحد فروع العلوم الاجتماعية مثل إدارة الأعمال أو غيرها إلى كونها مهنة مستقلة وعلماً متخصصاً له أصوله وقواعده وكلياته التخصصية ودوراته التدريبية ودراساته وأبحاثه ومجلاته الخاصة وجمعياته واتحاداته الخاصة. وإذا كانت العلاقات العامة تعد وظيفة من وظائف الإدارة فهي أيضاً مهنة لها قواعد وأصول ومتطلبات محددة .(عطية 1994,ص 13) ففي الولايات المتحدة مثلا أنشئت اتحادات وجمعيات العلاقات العامة منذ أواسط القرن الماضي أو قبل ذلك أيضا، وفي بعض الدول النامية بدأت تظهر جمعيات أو أندية أو اتحادات لممارسي العلاقات العامة في أواخر القرن الماضي، وفي الكويت مثلا عمل عدد من المختصين والممارسين على تشكيل جمعية لممارسي العلاقات العامة دون أن تحصل على اعتراف حكومي حتى عام 2006 مما يعني أنها بدأت تتفهم الأهمية الكبيرة لهذه المهنة (موقع جمعية العلاقات العامة الكويتية)

ويعد من أهم المؤشرات التي تؤكد على مهنية نشاط العلاقات العامة إمكانية تطبيق الأصـــول المشتركة التي تجمع المهن المتخصصة على مهنة العلاقات العامة.(البادي 1991,ص 23). وتتمثل هذه الأصول فيما يلي:

1- أن لكل مهنة متخصصة إطارها المتخصص والهادف, والعلاقات العامة يتوفر لها هـــذا الإطار، فهي تعمل في مجال الاتصال بين المؤسسات وبين الجماهير, ومحتوى هذا الاتصال هو الآراء والاتجاهات.

2- لكل مهنة متخصصة أساليب متعارف عليها للممارسة يشكلها إطارها الهادف. وتمثـــل هذه الأساليب في مجال العلاقات العامة في البحث والتخطيط والاتصال والتقويم.

3- تحتاج كل مهنة متخصصة إلى مهارات تتناسب مع متطلبات ممارستها. وتحتاج أساليب ممارسة العلاقات العامة إلى مهارات متميزة حيث لا يصلح كل فرد لممارسة هذه المهنة.

4- وأخيراً تحتاج كل مهنة إلى أخلاقيات تحكمها وتوجهها. ولقــد صـــاغت الاتحـــادات والجمعيات المعنية بالعلاقات العامة الدساتير الأخلاقية التي ترشد عمـــل الممارســـين لهـــذه المهنة. (المرجع السابق,ص 118).

وينقل (الدرة والمجالي، 2010، 58) عن (Sredl and Rothwell,1987) أن ثمة ثـــلاث مدارس في تحديد مفهوم المهنة في العلاقات العامة على النحو الآتي:

1- مدرسة الخصائص والسمات (Traits School)

ويذهب أصحاب هذه المهنة أن لكل مهنة عناصر رئيسية تجعلها مختلفة عن بـــاقي المهـــن، ولمن يمارس المهنة فإن العامل في المهنة يجب أن يكون قد تدرب تدريبا متقدما، أو امتلـــك معرفة متخصصة، وأدوات وتقنيات تمكنه من نقل المعرفة إلى الآخرين، وأن يكون عـــضوا

في جمعية مهنية تضم زملاء في المهنة. وأن يتبع معايير أخلاقية محددة. وأن يكـــون لديــه هدف أو أهداف يسعى إليها.

2- مدرسة المؤسسات (Institutional School)

يعتقد مفكرو هذه المدرسة أنه يمكن تمييز العاملين في مهنة ما من خلال دراسة مراحل نموهم وتطورهم، وهذه المراحل هي:

*- تكوين جمعية مهنية. *- تغيير الاسم. *- قبول قانون أخلاقي. *- اعتراف تدريجي من الجمهور. *- استخدام تسهيلات معينة لتدريب الأعضاء وتنشئتهم.

3- المدرسة القانونية (Legal School)

وتشترط هذه المدرسة وجود مهنة تفرض على الدولة منحهم تراخيص وشـــهادات لمزاولـــة المهنة.

4- المعايير المهنية للعلاقات العامة:

وتشير نتائج بعض الدراسات إلى أن ممارسي العلاقات العامة يتمتعون بمعظم معايير العمـــل المهني، ولكنهم لا يتفقون على طبيعة هذه المعايير فيما بينهم، وأظهرت نتائج دراسة كاميرون ولاريسي Cameron & Lariscy عدم اتفاق ممارسي المهنة حول طبيعة المعايير المهنيـــة التي تميزهم عن العاملين في المهن الأخرى، والتي تمكنهم من المحافظة على أرقى مستويات العمل المهني في مجال العلاقات العامة (Robert I.Heath(2001).op.cit.,p 355).

ولقد حدد كاتيلب وسنتر وبروم Cutlip,Center & Broom المعايير التي يجب الالتزام بها لتحقيق المهنية في مجال العلاقات العامة فيما يلي:

1- الإعداد الأكاديمي المتخصص الذي يوفر اكتساب المعرفة والمهارات المستمدة من أسس نظرية يمكن تطويرها من خلال البحوث.

2- اعتراف المجتمع بالمهنة كخدمة ضرورية ومتميزة.

3- تغليب الخدمة العامة والمسؤولية الاجتماعية على المكسب الشخصي والمصالح الفردية.

4- الاستقلالية في ممارسة العمل وتحمل المسئولية الشخصية عن أدائه.

5- وضع مواثيق الشرف الأخلاقية من قبل الاتحادات المهنية التي يديرها الممارسون أنفسهم.(Cutlip & Broom ,2000,301)

ويؤيد بعضهم مبدأ الحصول على ترخيص للعمل بالعلاقات العامة كأحد معايير المهنية في هذا المجال, حيث يرون أن الترخيص من شأنه أن يحمي ممارسي المهنة من الدخول في منافسة غير عادلة مع الأفراد غير المؤهلين لهذا العمل.

وحدد (الدرة والمجالي،2010، 59) اثني عشر معيارا من المعايير التي يجب أن تتوفر في مهنة بالمعنى الكامل تتمثل فيما يلي:

1- توفر مستوى متقدم من التعليم والتدريب للعاملين في المهنة.

2- وجود معرفة ونظريات متخصصة.

3- وجود أساليب وتقنيات تعين الممارس على نقل المعارف والمهارات إلى آخرين.

4- تغيير في أسماء المهنة. ومثل (اتصالات المؤسسات، شؤون المؤسسة، علاقات المؤسسة، الاتصالات الخارجية، الشؤون العامة، الاتصالات)

5- الاعتراف التدريجي من الجمهور.

6- وجود أهداف مشروعة للمهنة.

7- وجود تسهيلات لتدريب ممارسي المهنة وتنشئتهم.

8- وجود قانون أخلاقي.

9- وجود تخصصات فرعية في المهنة.

10- وجود فروق وتمايزات بين الممارسين.

11- التنظيم الذاتي ووجود جمعيات مهنية.

12- وجود قانوني أخلاقي. (Code of Ethics)

العنصر البشري في مهنة العلاقات العامة: صفاته ومتطلبات نجاحه.

أولا: أهمية العنصر البشري في العلاقات العامة:

أثبتت التجارب أن نجاح الجهاز التنظيمي في تحقيق أهداف المؤسسة يعتمد على الموارد البشرية المناسبة لشغل الوظائف المختلفة، وذلك باختيار العاملين الملائمين وتعيينهم في الوظائف التي تناسب استعداداتهم وصفاتهم الشخصية والقيام بتدريبهم لتحقيق تفهمهم للأعمال المسندة إليهم ليشعر العامل بالرضا النفسي عن العمل الذي يقوم به والذي ينعكس على كفاءته الإنتاجية. (الطماوي، 2003، 116)

تعد القوى العاملة باعتبارها رأس المال البشري من أهم الموارد التي يقاس بها تقدم المجتمعات على مختلف الأصعدة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. فهي تعتبر الدعامة الرئيسية في تحقيق استراتيجيات التنمية والتحديث سواء من حيث بنيتها أو تركيبها أو من حيث قدرتها ومؤهلاتها ومهاراتها.(الخاجة 1998،ص 65-133).

ولقد اكتسب ميدان القوة البشرية أهمية كبيرة اشتقاقاً من أهمية الدور الذي تلعبه هذه القوة في المؤسسات، فالعنصر البشري في أية منظمة أياً كانت أهدافها وأياً كان مجال نشاطها هو الذي يحرك أداءها. وهو المحدد لفعالية استخدام عناصر الإنتاج بها.(يوسف 2003، ص 11).

ويتوقف نجاح التنظيم في العلاقات العامة وفي أي عمل مؤسسي آخر على كفاءة العنصر البشري. ولا توجد فائدة من إنشاء تنظيم على أسس وقواعد علمية دون توافر الكادر البشري المؤهل للقيام بالواجبات التي يحددها التنظيم.

كما ترتبط المهنة دائماً بأشخاص يؤدونها، وبذلك فإن نجاح المهنة ما هو إلا محصل لنجاح هؤلاء الأشخاص في أداء مهامهم الوظيفية، ذلك أن جهاز العلاقات العامة لا يعد مجرد تجمع بشرى غير هادف ولكنه حشد لإمكانات بشرية ومادية وفنية من نوعيات خاصة ومنظمة

بطريقة هادفة لتحقيق وظائف محددة . ويتطلب تطور مهنة العلاقات العامة وجــود كــوادر بشرية لديها الاستعداد وتملك الخبرة والعلم اللازمين لممارسة أنشطة هذه المهنة على أكمــل وجه وبأعلى كفاءة ممكنة.(عبد الله 1991،ص 97).

ويتضح من هنا أهمية العناية بوظيفة العلاقات العامة وضرورة إعطائها الموقع المناسب فــي الهيكل التنظيمي للمؤسسة وأهمية إسناد هذه الوظيفة لأشخاص مؤهلين ومتخصصين في تنفيذ أنشطتها وذلك لرفع مستوى أدائها.

ولما كانت النتيجة النهائية للاختيار الدقيق للعاملين في مهنة العلاقات العامـــة هـــي تحــسين مستوى أداء العمل، وزيادة كفاءة الخدمات، ووضع الفرد المناسب في مكانه المناسب الـــذي يتلاءم مع مؤهلاته وقدراته واستعداداته وميوله، فينبغي على القائمين بالاختيار اتباع الأسلوب العلمي لتحقيق التوافق بين قدرات الأفراد المتقدمين للعمل وبين مستلزمات مهنـــة العلاقــات العامة، لا أن يجري توظيف الممارسين من أجل التخفيف من حدة البطالة في المجتمع أو من أجل إرضاء بعض الجهات الاجتماعية في المجتمع أو الدولة مثلما يحدث في الكثير من الدول النامية.

ويتوقف النجاح في اختيار العاملين في أجهزة العلاقات العامة على الفهم الواضح لما تتوقعـــه المؤسسة من هذه الأجهزة ومن العاملين فيها. ويمثل هذا التوقع الهدف الذي يجب أن يؤخـــذ بعين الاعتبار عند إعداد الخطط والبرامج الخاصة بإمداد أجهزة العلاقات العامة بالممارســـين ذوي الكفاءة والمقدرة.

وعلى ذلك فإن التطبيق السليم لمفاهيم العلاقات العامة يرتكز على وجود جهاز ذي خصائص ومواصفات معينة تمكنه من أداء دوره. ويتوقف نجاح هذا الدور على مـــدى اقتنـــاع الإدارة

العليا بأهمية هذا الدور, وكذلك على إدراك المشتغلين بالعلاقات العامة لأهمية دورهم. (يوسف، 2003, 37).

واستنادا إلى أن المجتمع الحديث هو مجتمع المنظمات وأن أهم ميزة للتنظيم هي أن يقوم على كفاءة العاملين به تطلعا إلى أكبر قدر من الانجاز وتحقيق أعلى مستويات الأداء، فإن دراسة العاملين في مجال العلاقات العامة في المؤسسات الكويتية بأنماط ملكيتها المختلفة يعد أمرا في غاية الأهمية ذلك أن طبيعة الأفراد ومميزاتهم واتجاهاتهم تحدد طبيعة أداء المؤسسة، ومن هنا تتضح أهمية دراسة الجوانب الخاصة بأداء ممارسي العلاقات العامة وتصوراتهم عن المهنة التي يعملون بها لما لذلك من تأثير واضح على عمل المؤسسة ونجاحها.

ثانيا: التعريف بممارس العلاقات العامة:

يعرف الممارس Practitioner بأنه "الشخص الذي يزاول مهنة أو وظيفة أو أسلوب عمل متخصص" (Atlas Encyclopedic Dictionary (2002), p 989).

ويعرف ممارس العلاقات العامة Public Relations Practitioner بأنه "ذلك الشخص الذي يعمل على تحقيق المنفعة المتبادلة بين الناس وبين المنظمة التي يعمل بها بتوطيد العلاقات الطيبة بينهما عن طريق الإعلام بالقدر الكافي وتصحيح المعلومات الخاطئة لدى الرأي العام" (Page,2001,10).

ويقصد بالجهاز الذي يضم مجموعة من ممارسي مهنة العلاقات العامة " ذلك التنظيم الإداري لمجموعة من الأنشطة التي تهدف إلى تحقيق فهم متبادل ومشترك يؤدي إلى التوافق بين منظمة ما وبين جماهيرها. ويتم توزيع عمل الجهاز على وحدات بنائية صغيرة تتكون كل منها من مجموعة من الوظائف التي يشغلها متخصصون في العلاقات العامة لهم مجموعة من

الأدوار. ويربطهم هدف مشترك ويقوم كل جزء من هذا البناء بأداء المهام التي تتطلبها مسئوليات العلاقات العامة. (صالح، وعبد الخالق ورمضان، 2000، 267)

ويطلق بعض الباحثين مسمى "كاتب العلاقات العامة" على من يعمل في إدارة العلاقات العامة, والذي يعرف بأنه:

"شخص يعمل تحت إشراف مدير مؤسسة معينة. ويقوم بربط علاقات المؤسسة مع الأشخاص والجهات التي تدعم أنشطتها. ويقيم علاقات مع عملاء المؤسسة ويتصل بأجهزة الصحافة والإذاعة والتلفزيون وينظم نشر عرض المواد والصور التي تدعم أنشطة المؤسسة, ويحضر اجتماعات العمل والمناسبات الاجتماعية ويستخدم مهارته في فنون العلاقات العامة لصالح المؤسسة, كما ينظم المعارض والمسابقات والمناسبات الاجتماعية لتحقيق الشهرة للمؤسسة. (الهاشمي بناني وآخرون (1989), ص 273).

ويعرف أخصائي العلاقات العامة Public Relations Specialist بأنه "الشخص الحاصل على دراسات نظرية وخبرة عملية في مجال العلاقات العامة والتي تمكنه من فهم اتجاهات وتطورات الرأي العام والاستفادة من كل فرصة لخدمة الجمهور سواء بنقل المعلومات إليه أو بالرد على أسئلته والاستجابة لملاحظاته". (Heath, 2001)

ويميز الباحثون بين ممارس مهنة العلاقات العامة وبين محترف المهنة Public Relation Professional وهو "الشخص الذي يتقاضى أجرا مقابل أدائه لوظيفة يعرفها جيدا بسبب مهارته وخبرته الخاصة في أداء هذه الوظيفة. وهذا في مقابل ممارس المهنة الذي يطلق عليها مسمى Careerist والذي لا تتوافر لديه هذه الخبرة أو المهارة المتميزة التي تجعله محترفا للمهنة". (http://en.wikipedia.org/wiki/Public_relations)

ثالثا: مسميات المشتغلين بوظيفة العلاقات العامة:

وتوجد العديد من المسميات التي تطلق على المشتغلين بمهنة العلاقات العامة, ومنها:

1- الناشر Publicist وهو المسؤول عن علاقات المؤسسة بوسائل الإعلام. ويعمل على جذب التغطية الصحفية والإذاعية والتلفزيونية لأخبار المؤسسة. ولا يشتمل عمله على الجوانب الاستشارية والإدارية الخاصة بمهنة العلاقات العامة.

2- المسؤول الصحفي Press Officer ولا يتميز هذا المسمى بالوضوح, حيث يندرج تحته مهام التعامل مع وسائل الإعلام بالإضافة إلى مهام العمل في مجال العلاقات العامة بصفة عامة.

3- ممارس العلاقات العامة Public Relations Practitioner وهو الشخص الذي يعمل لصالح شركة أو مؤسسة بعينها وليس وكالة متخصصة في تقديم الخدمات الاستشارية في مجال العلاقات العامة (Ronald N. levy (2001), op.cit., pp. 45 - 46).

4- المتحدث الرسمي Spokesperson وتستخدم بعض الصحف هذا المسمى للإشارة إلى رجل العلاقات العامة الذي يتولى مهمة التحدث بالنيابة عن إدارة المؤسسة في أوقات الأزمات دون أن تتوفر لديه أحيانا المعلومات الكافية للقيام بهذا الدور.

5- خبير التشويش Spin Doctor وتستخدم بعض وسائل الإعلام هذا اللقب للتعبير عن فكرة إصرار ممارسي العلاقات العامة على نشر رسائل اتصالية محابية لمصالح الجهات التي يمثلونها مما يربط مهنة العلاقات العامة بصورة الخداع والتضليل في أذهان الجمهور.

رابعا: متطلبات العمل في مهنة العلاقات العامة:

تتنوع المعايير والمتطلبات في مهنة العلاقات العامة ونستعرضها هنا كما جاءت في العديد من المراجع التي اطلع عليها الباحث:

1- أهمية توافر سمات خاصة لدى ممارسي المهنة:

يتطلب أداء كل عمل من الأعمال استخدام بعض القدرات والاستعدادات الخاصة, ذلك أن الأفراد يختلفون فيما بينهم اختلافا واضحا في السمات العضوية والذهنية, وفي الميول والاتجاهات أيضا. (أحمد سيد مصطفى، 1996, 39).

وتتعامل مهنة العلاقات العامة مع الحقائق وتخدم الجماهير المتنوعة, ومن ثم فليس كل إنسان قادر على أن يمارسها, بل يجب على من يعمل في هذا المجال أن يقدر نتائج عمله ويعرف مدى تأثير هذا العمل على عقول الأفراد.

ولم تعد مهمة ممارس العلاقات العامة مهمة ارتجالية. ولا يمكن أن تتم على أساس الخبرة فقط, فقد تحولت مهنة العلاقات العامة من مجرد إقامة الحفلات والولائم لتصبح علم تكنولوجيا حديثة لها قواعدها وأصولها، ولذلك يحتاج العمل بهذه المهنة إلى خبراء في هذا المجال تتوافر لديهم الشروط الشكلية والموضوعية التي تؤهلهم لتولي مسؤولية هذا العمل.(الكردي 1998،ص 195). ومع تطور الشركات والمنظمات ووسائل الإعلام، فإن ممارسة العلاقات العامة باتت تتطلب موظفين مؤهلين يتمتعون بالمعرفة والكفاءة. (الطماوي، 2003، 116)

وترتبط المتطلبات التي يجب توافرها فيمن يمارس العلاقات العامة بطبيعة المهام والوظائف التي يجب عليه القيام بها. ويعني هذا وجود علاقة وثيقة بين قيم المهنة وطبيعة النشاط المنوط بها من ناحية وبين السمات الشخصية والمهارات العملية والمؤهلات التعليمية التي تتوافر لدى ممارسيها من ناحية أخرى.

وتتمثل أهمية الشروط الواجب توافرها في المشتغلين بالعلاقات العامة في أنها تضمن لهم نجاحاً وفعالية في أداء أعمالهم وتؤهلهم للارتقاء بمهنة العلاقات العامة ذاتها إلى مرحلة الاقتناع بها وبدورها المعاصر والبعد بها عن مخاطر التجاهل والنسيان.(أبو إدريس 1998،ص 67).

إن ممارس العلاقات العامة له موقع مؤثر في الحياة الاجتماعية والرسمية وعليه بالحصانة واللياقة والرصانة والجد في أحاديثه وأعماله ويتجنب التفاخر والمباهاة وعليه أن يتفاعل مع الناس على قدم المساواة متجاوزا للفوارق الثقافية والاجتماعية، وعليه أن يتميز بالتبصر والحرص والأمانة والنزاهة والسمعة الطيبة والهدوء والمرونة وغيرها من السمات الذاتية.(الدليمي،2011، التطبيق، 223)

ويشير بات جاكسون Pat Jackson الرئيس الأسبق لجمعية العلاقات العامة الأمريكية إلى أن ممارس العلاقات العامة يحتاج إلى أن يكون باحثاً ومخططاً استراتيجياً ومستشاراً وقائماً بالاتصال ومبدعاً وقادراً على حل مشكلات العمل. وذلك حتى يمكنه أداء مهام مهنته بطريق سليمة وحتى يمكنه أيضاً تحسين صورة المهنة في المجتمع.(Dennis L. 1998.p6).

كما يتوقف نجاح ممارس العلاقات العامة في أداء مهنته على مدى ما يتوافر لديه من قدرات اتصالية إلى جانب مستواه الفكري والثقافي وحسه الإعلامي بالإضافة إلى وضعه الاجتماعي وسماته ومدركاته وصورته الذهنية عن مهنته وعن مستقبله ومركزه في النظام الاجتماعي الذي تحققه له هذه المهنة، ذلك أن كل هذه العوامل تؤثر في السلوك المهني لممارس العلاقات العامة.(معوض 2000،ص 318).

سمات العاملين في العلاقات العامة:

قام عدد كبير من الباحثين العرب والأجانب في مجال العلاقات العامة بتحديد هذه العديد من السمات اللازمة للعاملين في العلاقات العامة.

كما سعى هؤلاء الباحثون إلى تصنيف المتطلبات التي يجب توافرها في ممارسي المهنة من وجهات نظر متعددة، فمنهم من صنفها إلى شروط فطرية، شروط تعليمية، شروط مكتسبة، ومنهم من قسمها إلى مهارات، معارف، قدرات، خصائص أو صفات شخصية ومهارات اتصالية. كما رأى البعض تصنيفها إلى مؤهلات مهنية، ومؤهلات فنية ومؤهلات إدارية. وطالما أن نجاح العمل في مجال العلاقات العامة يتوقف على شخصية من يمارس هذا العمل ومهاراته ومعلوماته.(عطية 1994،ص 14). فيمكن عرض أهم سمات العمل بمهنة العلاقات العامة في إطار التصنيف التالي:

(أ) السمات الخاصة بشخصية ممارس مهنة العلاقات العامة:

وتتعلق هذه السمات بتوافر مجموعة من الاستعدادات الطبيعية لدى ممارسي العلاقات العامة، والتي تساعده على تطبيق الأصول العلمية للمهنة تطبيقاً سليماً.(الباز،2002،ص 105).

وتتمثل أهم أنواع تلك المتطلبات فيما يلي:

1- صفات ظاهرية: ومنها:

*بشاشة الوجه وعدم التجهم.(Dean 2000,p 122).

*المظهر الحسن الذي يؤدي إلى تقبل الآخرين لشخصية ممارس المهنة، خاصة وأن بعض فئات الجماهير يحكمون على العاملين بالمهنة من خلال المظهر فقط.(المصري 2000،ص 79).

2- صفات نفسية: ومنها:

* الرغبة القوية في المعرفة، والسعي الدائم نحو التعلم واستكشاف الحقائق.

* التفاؤل وسعة الصدر.

* توافر خاصية حب الاستطلاع.(Frank 1993, p8)

* القدرة على التعرف على مصالح الآخرين ومشاعرهم، من خلال القدرة على النظر إلى المسائل من وجهة نظر الشخص الآخر، والعمل بما يعود بالنفع على هذا الشخص.(الدليمي،2011، التطبيق، 223)

* التميز بالاستقرار النفسي والاتزان الوجداني.(رشوان 1993، ص 156).

صفات ذهنية ومنها:

* الذكاء وسعة الخيال والتفتح الذهني، حيث تحتاج مهنة العلاقات العامة إلى أن يمارسها أشخاص يتمتعون بعقليات متفتحة وقدرات ذهنية ومتقدمة,(Frank 1993, p9) ذلك أن العقلية الارتجالية لا تصلح للعمل في مجال العلاقات العامة لأن تقديم النصح والمشورة يتطلب عقلية ناضجة تستطيع مساعدة قادة المنظمة على اختيار طرق حل المشكلات الاتصالية التي يواجهونها.(العبيدي، سلام 1995، ص44).

* الدقة العقلية والانتباه إلى التفاصيل البسيطة.

* المرونة والقدرة على الفهم السريع وسرعة البديهة،(أبو إصبع 1998، ص82). بالإضافة إلى التفكير المنطقي والعقلية المنظمة، والقدرة على الإدراك الواضح وتقدير المواقف والتنبؤ بها، والقدرة على النظر إلى الأمور من وجهة نظر الآخرين.(Frank 1993, p9)

4- صفات سلوكية:

* يعد الالتزام بالمعايير الأخلاقية من أهم متطلبات العمل بمهنة العلاقات العامة. ومع تزايد وعي الجماهير أصبحت صفات الصدق والأمانة من أهم متطلبات النجاح في مهنة العلاقات العامة. كذلك فإن العلاقات العامة تعتمد في نشاطها على الصدق والحقيقة والأمانة من خلال الاتصال والفهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها.(الدليمي، العلاقات العامة في التطبيق،2011، 2005،ص51)

* الاجتماعية والقدرة على التعامل مع الآخرين وتفهم ظروفهم بنجاح.(الباز 2000، ص 80).

* تحمل المسئولية وعدم التهرب منها أو محاولة إلقائها على عاتق الآخرين.

* تقبل النقد الموضوعي.

* المواظبة والانضباط في السلوك.

* حسن التصرف وسرعة الاستجابة.

* المبادرة في إقامة الاتصال والتي تعني القدرة على بدء الحديث وخلق المناسبة للاستمرار فيه.(المصري 2000، ص 80).

* التمتع بالشخصية المتحركة Mobile Personality والتي تعني تميز الفرد بمقدرة عالية على تمثل أوجه الحياة الجديدة في المجتمع الذي يعيش فيه والتفاعل مع التغيرات الاجتماعية مما يتيح لصاحبها فرصة المشاركة الفعالة في الحياة.(حجاب 2003، ص 1469).

(ب) المتطلبات الخاصة بمعرفة ممارسة مهنة العلاقات العامة:

لا يستطيع القيام بأداء المهنة إلا كل شخص حصل على قسط من العلم والثقافة والتدريب. ولا يتحقق إنجاز مهام المهنة في المجتمع المعاصر عن طريق التقليد والمحاكاة، ولكنه يتحقق عن طريق مؤسسات علمية مقننة.(أبو رزق 1998، ص 273). وتتمثل أهم الخبرات المعرفية التي ينبغي توافرها لدى ممارسي العلاقات العامة في نوعين هما:

1- **خبرات معرفية هامة:**

ويؤكد خبراء العلاقات العامة على ضرورة توافر خلفية معرفية لدى ممارسي المهنة في مجال العلوم الاجتماعية، والتي تمكنهم من إجراء البحوث العلمية عن أسباب السلوك الإنساني وعوامل نجاح أو فشل جهود العلاقات العامة مع الجماهير المختلفة.(Frank 1993, p9)

ويعد من أهم مجالات المعرفة المتصلة بمهنة العلاقات العامة:

* علم النفس والاجتماع واللذان يساعدان ممارس المهنة على الإلمام بطبيعة السلوك البشري وبأنماط شخصية الفرد وكيفية استفادة نشاط العلاقات العامة من تطبيقات العلوم السلوكية في التأثير على اتجاهات وسلوك الجماعات التي تكون بيئة المنظمة..(Robert 2001,p 366)

* أصول البحث العلمي ومناهجه وأساليبه والأساليب الإحصائية وطرق قياس الرأي العام واتجاهات الجماهير.(يوسف 2003، ص 18).

* السياسة والاقتصاد واللذان يؤدي الإلمام بهما إلى التعرف على الأحداث الخارجية، وإدراك الظروف السياسية والاقتصادية المحيطة بعمل الممارس. (Cutlip, & Broom 2000 p53).

* علم الإدارة، حيث يجب أن تتوافر لدى ممارس العلاقات العامة المعرفة الإدارية التي تساعده على استيعاب السياسات الإدارية وفهم توجهات الإدارة العليا.(هاشم 1996، ص 88)

* الإلمام بطبيعة عمل المؤسسة التي ينتمي إليها الممارس وأهدافها وأنشطتها والحرص على التعرف على توجهات الإدارة المستقبلية تجاه الأحداث الجارية.(الجمال، عبد الحميد والسيد، 1990، ص 39).

2- خبرات معرفية متخصصة وتتمثل في:

* الفهم الكامل لطبيعة وسائل الاتصال بجميع أنواعها وكيفية استخدام كل وسيلة منها بكفاءة عالية، وتفهم مشكلات حرية الصحافة ومسئوليات الإعلام وكيفية تطبيق ذلك في مجال العلاقات العامة.(يوسف 2001، ص 89).

(ج) المتطلبات الخاصة بمهارة ممارس مهنة العلاقات العامة:

وتمثل هذه المتطلبات القدرات الناتجة عن التفاعل بين الخصائص الشخصية والخبرات المعرفية للممارس، وتتمثل أهم هذه المتطلبات فيما يلي:

1- مهارات اتصالية ومنها:

* مهارة الكلام: وتعني القدرة على جعل الألفاظ مطابقة للمعاني التي يقصدها الممارس بحيث يجعل أفكاره متسلسلة وموجزة، وإجادة فن الحديث والقدرة على التعبير عن الذات بطلاقة حيث تعد المقدرة اللفظية مقوماً هاماً للنجاح في مهنة العلاقات العامة.(حجاب ووهبي 1995، ص 35).

* مهارة الإنصات: ومن يعمل بهذه المهنة لا بد أن يكون مستمعاً جيداً ينتبه إلى الملاحظات الهامة ويستوعب آراء الآخرين. وتوفر هذه المهارات لممارس المهنة القدرة على توصيل المعلومات والخبرات والآراء والاتجاهات إلى الآخرين.(حجاب 1999، ص 314).

* القدرة على الاتصال الفعال بالجمهور المتنوع من خلال توافر القدرة على التعامل مع الفروق الثقافية والاختلافات النفسية والديموجرافية لدى الجماهير المتعددة. ويجب أن يتنبه ممارسو العلاقات العامة دائما إلى أنهم يتعاملون مع جمهور متنوع من حيث الثقافة والنوع والسن والطبقة الاجتماعية.

* القدرة على تبسيط الموضوعات وتوصيلها إلى الجمهور بصورة واضحة، والقدرة على إقناع الجماهير).(Frank 1993, p10)

* القدرة على تكوين علاقات طيبة مع مندوبي وسائل الإعلام ومع القادة والمسؤولين في المجتمع الذي تعمل به المؤسسة.(أبو إصبع 1998، ص 127).

2- مهارات إدارية (وظيفية):

ويجب أن تتوافر لدى ممارس المهنة القدرة على إدارة البرامج بفعالية وإقناع الإدارة العليا بها ووضعها موضع التنفيذ. والقدرة على تفهم طبيعة سير العمل وتوافر قدرات حسن التخطيط وتدبير الكفاية الوقتية والعمل في حدود الوقت والميزانية، هذا بالإضافة إلى توافر مهارات القيادة والتحفيز ومهارات وضع الميزانية وتحليل التقارير وإتقان أساليب التفاوض والعمل كجزء من فريق.(يوسف 2001، ص 91). كما يجب أن تتوافر لدى الممارس القدرة على اتخاذ القرارات السليمة في العمل ومهارة كتابة التقارير الوظيفية الدقيقة.(العبيدي، سلام 1995، ص 55).

3- مهارات فنية (عملية):

ويجب أن تتوافر لدى ممارس المهنة القدرة على إحراز النتائج العملية وإحداث التأثير الفعلي، حيث أن الرؤساء يقيمون العاملين في مهنة العلاقات العامة على أساس القدرة علـــى إنجـــاز المهام.

وتتمثل أهم المهارات العملية اللازمة لممارس المهنة فيما يلي:

*إجادة مهارات الكتابة والرسم والتصوير.

* الإلمام بمهارات الكتابة الصحفية التي تتضمن كتابة البيانات والتعليقات المصاحبة للصور ودعوات حضور المقابلات وكتابة النصوص الإعلامية. (يوسف 1999، ص 53).

* إجادة مهارة تحليل رسائل الجمهور وتحديد اتجاهات الجماهير وتحليلها وتفسيرها.(حجاب 2003، 92).

* القدرة على استخدام نظريات الاتصال في تخطيط وإدارة برامج العلاقات العامة.(يوســف 2003، ص 17).

* امتلاك مهارات العلاقات العامة التي تتعلق برسم الخطط وإجراء البحوث وأســـاليب إدارة الأزمات وإجراء المقابلات وتحديد الجماهير.

* القدرة على تطبيق القواعد الرسمية المعترف بها فيما يتعلق باستقبال الـــضيوف والوفـــود الأجنبية وعند اللقاءات الرسمية.

* القدرة على تطبيق الأسس النظرية للبحوث العلمية على الموقف الاتصالي الذي يتصدى له ممارس العلاقات العامة.(الجمال،عبد الحميد والسيد 1990، ص 26).

* إجادة مهارة التعامل مع تكنولوجيا الاتصال الحديثة بما يتضمنه ذلك من إجادة التعامل مع برامج الكمبيوتر وفهم التطورات التي تحدث في تكنولوجيا وسائل الاتصال.

أهمية العلاقات العامة في الوزارات والدوائر الحكومية:

يتلخص دور العلاقات العامة في الوزارات والدوائر والمؤسسات الحكوميـــة إزاء الجمهـــور الخارجي فيما يأتي:

1- التوعية والإرشاد: (الدرة والمجالي، 2010، ص 342)

وتتضمن التوعية السياسية بشرح وتفسير القوانين والأنظمة الجديدة لأفراد الجمهور الخارجي وبيان المزايا والفوائد التي يمكن أن يجنيها المواطنون من هذه القوانين.

كما تشتمل التوعية السياسية في توعية الجمهور بواجباته الانتخابية وأهمية المـــشاركة فيهـــا إضافة إلى التوعية الصحية والإرشاد الزراعي والتوعية الثقافية.(عبد الله،1991)

2- الوقوف على رأي الجمهور في مستوى الخدمات المقدمة:

ويعني ذلك عمل العلاقات العامة على كسب رضا وتأييد المواطنين أفراد الجمهور الخارجي، وهذا لا يتأتي إلا إذا كان الجمهور على بينة من الخدمات التي تقدمها الوزارة أو المؤســـسة الحكومية. (العبد الله، 1992)

3- كسب تأييد الجماهير المختلفة والرأي العام للنظم واللوائح والقوانين الجديـــدة: (حـــسين، 2005، 85)

وهذا أمر ضروري للوزارات والمؤسسات التي قدم الخدمات للجمهـــور، ولا بـــد أن تقـــوم العلاقات العامة بالتمهيد للقوانين والأنظمة الجديدة من خلال حمـــلات إعلاميـــة تثيـــر فيهـــا الموضوع الذي تتناوله تلك القوانين والأنظمة. إذ أن هذا يسهم في إطلاع الجهة التي تقـــدمت

بالتشريع على حقيقة اتجاهات الرأي العام نحوه، ومجالات التعديل الواجب إدخالها عليها، أو ضرورة غض النظر عنه أو تأجيله.

4- الاهتمام بالشكاوي أفراد الجمهور ومقترحاتهم: (الدرة والمجالي، 2010، ص 342)

إن مثل هذه الخطوة تسهم في إطلاع المؤسسات الحكومية على آراء أفراد الجمهور ومتاعبهم وملاحظاتهم، الأمر الذي يسهم في الوقوف على الانحراف والفساد في هذه المؤسسات إن وجد. كذلك على العلاقات العامة تشجيع كل نقد بناء والرد على مختلف الانتقادات لسياسات أو خطط المؤسسة.(الدليمي،2005، 154)

5- تدريب العاملين على حسن معاملة الجمهور:

إن تدريب العاملين على حسن معاملة الجمهور بعد من الأساسيات التي لا بد وأن تعتني بها العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، (عجوة،2000) وعلى العلاقات العامة في هذا المجال أن تقدم برامج تدريبية متخصصة في كيفية التعامل مع أفراد الجمهور تجنبا لسوء المعاملة أو الاستعلاء أو الإهمال أو التعطيل في المعاملات.

6- الرد على الإشاعات والأكاذيب والحملات الدعائية:

إن من أدوار العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية الاهتمام بالرد على الإشاعات والأكاذيب والحملات الدعائية المغرضة سواء من الجهات المعادية الخارجية أو من جماعات في داخل الدولة. ويمكن للعلاقات العامة أن تقوم بهذا الدور عن طريق المعلومات الوافية لرجال الإعلام، والرد على استفساراتهم بما يساعدهم في التعرف على اتجاهات الدولة ومجابهة الدعايات المضادة، كما تقوم العلاقات العامة بإعداد النشرات والتقارير الإعلامية عن مختلف الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية ورفعها إلى الأجهزة العليا بالدولة.

1- العلاقات العامة في الدول العربية:

لم يكن للعلاقات العامة في الدول العربية وجود قوي بـالمعنى المعـروف إلا فـي بعـض الشركات النفطية الكبرى وما تؤديه من خدمات وأنشطة ترويحية وخدمات اجتماعية بالنـسبة لجمهور الموظفين والجمهور المحلي أو الوطني في الدول التي تقوم فيهـا هـذه الـشركات كشركة أرامكو التي أنشأت قسما للعلاقات العامة ومارست أنشطتها منـذ عـام 1959 فـي المملكة العربية السعودية، لكن زاد اهتمام الدول العربية في الوقت الحالي وبما لا يقـل عـن اهتمام الدول الغربية لها.(الطماوي، 2002، 44)

ومما ساعد في انتشار الوعي بأهمية العلاقات العامة في القطاعين العام والخاص الكثير مـن العوامل وربما أهمها نشوء الشركات التجارية الكبيرة الإقليمية أو الدوليـة كـشركات بيـع السيارات والأجهزة الكهربائية والاتصالات والسلع الاستهلاكية ، حيث صارت هذه الشركات تمارس أعمال العلاقات العامة في المجتمعات العربية ومن خلال وسائل الإعلام والأنـشطة المختلفة، ومن عوامل انتشار وظيفة العلاقات العامة في المجتمعات العربية اهتمام الحكومات العربية بتطوير وتدريب كوادرها وموظفيها في بعض الدول الغربية التي تهـتم بالعلاقـات العامة مما أسهم في نقل هذه الوظيفة إلى الأجهزة الحكومية العربية، كذلك فإن افتتاح كليـات للإعلام والعلاقات العامة في عدد من الجامعات العربية أسهم في انتشار الوعي بهذه الوظيفة وأسهم في انتشارها في مؤسسات القطاعين العام والخاص.

2- العلاقات العامة في دولة الكويت:

والعلاقات العامة في دولة الكويت خصوصا وفي الدول العربية عموما ما زال أمامها الكثيـر في طريقها للتطور والنماء بعد أن بدأت الجهات الحكومية تحذو حذو القطـاع الأهلـي فـي

الاهتمام بدوائر العلاقات العامة ووظائفها في الجهاز الحكومي، لكن الحقيقة أن هذا الاعتراف جاء متأخرا مما يعني أن هذه المهنة ما تزال بحاجة إلى الكثير من المساعدة والمساندة والكثير من الدراسة والبحث لمعرفة جوانب القصور لمعالجتها وجوانب التقدم لتثبيتها وتعزيزها.

ونظراً لعدم وجود دراسات ميدانية شاملة سابقة تتناول هـذا الجانـب الإداري والتنظيمـي بالكويت، ونظرا للأهمية المتنامية للعلاقات العامة في مختلف المنشآت سـواء الحكوميـة أو الشركات أو الهيئات المختلفة بالكويت ودورها في إيجاد تفاهم وتوافق بين منظمات المجتمـع وأفراده، وتحقيق التنسيق بين مصالح المجتمع المختلفة تحقيقا للصالح العام.(حـسين، 2005، 37)

وتأتي هذه الدراسة حول المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الجهاز الحكومي من منطلق التعرف على بعض جوانب هذه المهنة في دولة الكويت مساهمة مـن الدراسـة فـي وصف واقع العلاقات العامة كمرحلة أولى نحو الارتقاء بها.

وكانت الحكومة الكويتية قد بدأت تدخل دوائر العلاقات العامة في نهاية القرن العشرين إلـى وزاراتها وهيئاتها واعترفت بجمعية ممارسي العلاقات العامة عام 2006 مما يعني أنها بدأت تتفهم الأهمية الكبيرة لهذه المهنة (موقع جمعية العلاقات العامة الكويتية، 2010)، وقبل ذلك بدأت الحكومة الكويتية باستحداث دوائر للعلاقات العامة في أغلب وزاراتها ومؤسساتها، لكن ممارس العلاقات العامة لم يشترط فيه أن يكون خريجا أكاديميا بهذا التخصص أو تخـصص الإعلام ، بل إن ممارسي العلاقات العامة جاءوا من مختلف التخصصات الأكاديمية وبعضهم لم يكمل تعليمه الجامعي في أي مجال دراسي.وقد بينت دراسة ميدانية قـام بهـا (حـسين، 1996)على عدد من الوزارات والمؤسسات والدوائر الحكومية والشركات وجمعيات تعاونيـة ومؤسسات صحفية ما يلي عن العلاقات العامة دولة الكويت:(المديرس، 1997، 47)

1- إن 93.4% من الجهات التي أجريت عليها الدراسة توجد بها أجهزة متفرغة للعلاقات العامة على الرغم من اختلاف المسميات الوظيفية لهذه الأجهزة، بينما 6.6% من تلك الجهات لا توجد بها أجهزة متفرغة لممارسة العلاقات العامة.

2- تستخدم الوزارات والشركات والجمعيات وغيرها مسميات عديدة للعلاقات العامة هي: العلاقات العامة وبنسبة 53.3%، العلاقات العامة والإعلام بنسبة 31.2%،مكتب الإعلام 2.5%، أما مسميات العلاقات العامة والمتابعة، العلاقات العامة والأمن،العلاقات العامة والأمن، التوجيه المعنوي والعلاقات العامة، فقد استخدمت بنسب دون 2% من المسميات الأخرى.

3- أما بخصوص المستوى الإداري لجهاز العلاقات العامة، فقد تبين ذلك كما في الجدول التالي.

جدول (1) يبين المستوى الإداري للعلاقات العامة في الكويت

في عدد من القطاعات الحكومية والخاصة

المستوى الإداري	%
إدارة	36.1
قسم	34.4
إدارة عامة	10.7
وحدة	4.8
مكتب	3.3
مراقبة	2.5
شعبة أو لجنة	1.6
لا يوجد جهاز للعلاقات	6.6

العامة	
إجمالي	100

أما بخصوص الارتباط الإداري لجهاز العلاقات العامة، فقد أوضحت الدراسة أن 59% من إدارة العلاقات العامة ترتبط بالإدارة العليا للمنشآت. مقابل حوالي 15% ذات ارتباط بمستوى إدارية متوسط غير ذات صلة بالعلاقات العامة ، ثم إدارة تنفيذية أو وسطى غير ذات صلة بالعلاقات العامة بنسبة حوالي 15% أيضا. في حين ما نسبته حوالي 5% كانت على ارتباط بالإدارة التنفيذية أو الوسطى ذات الصلة بنشاط العلاقات العامة.

مسميات العلاقات العامة في الوزارات الكويتية:

تتنوع مسميات دوائر وممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية على عدد من المسميات، وقد قام الباحث باستقصاء هذه المسميات فكانت كما في الجدول (2) التالي:

الجدول (2) يبين المسميات المستخدمة لوصف
وظيفة العلاقات العامة في الوزارات الكويتية

اسم الوزارة	مسمى العلاقات العامة فيها
وزارة المالية	إدارة الضيافة والمؤتمرات
وزارة الشؤون الاجتماعية	إدارة العلاقات العامة
وزارة التجارة والصناعة	إدارة العلاقات العامة والإعلام
وزارة العدل	إدارة العلاقات العامة والإعلام
وزارة التعليم العالي	إدارة العلاقات العامة والإعلام
وزارة التربية	إدارة العلاقات العامة والإعلام
وزارة النفط	إدارة الإعلام الدولي والعلاقات العامة
وزارة الأشغال	إدارة العلاقات العامة
وزارة الكهرباء والماء	إدارة العلاقات العامة والإعلام
وزارة الداخلية	إدارة العلاقات العامة والتوجيه المعنوي
وزارة المواصلات	إدارة العلاقات العامة

وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية	إدارة العلاقات العامة
وزارة البلدية	إدارة العلاقات العامة
وزارة الخارجية	قسم الخدمة العامة
وزارة الإعلام	إدارة العلاقات العامة
وزارة الدفاع	إدارة التوجيه المعنوي والعلاقات العامة
وزارة الصحة	إدارة العلاقات العامة والإعلام

يلاحظ من الجدول أعلاه أن معظم الوزارات الكويتية تستخدم مسمى العلاقات العامة باستثناء وزارة المالية ووزارة الخارجية حيث اعتمدت الأولى مسمى " إدارة الضيافة والمؤتمرات"، فيما اعتمدت الثانية مسمى "قسم الخدمة العامة" وهو قسم يتبع " الإدارة الإدارية والمالية"، فيما أضافت وزارتي الداخلية والدفاع فرع التوجيه المعنوي لخصوصية المهمات الملقاة على عاتق هاتين الوزارتين.

الفئات الوظيفية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية:

يلاحظ من الجدول يوجد من المسميات الوظيفية لممارسي العلاقات العامة حسب تصنيف ديوان الخدمة المدنية في الحكومة الكويتية، وهي كما يلي: (ديوان الخدمة المدنية، 2011، نشرة خاصة)

1- اختصاصي علاقات عامة: ويقوم بالمشاركة في صياغة استراتيجية العلاقات العامة الخاصة بالجهة وإعداد الخطط والتحضير لعقد المؤتمرات وتنظيم المناسبات المختلفة واستقبال بعض الشخصيات الزائرة للجهة. ويشترط فيه الحصول على "مؤهل جامعي عام" وأن لا تقل سنوات الخبرة في مجال العمل عن عشر سنوات. وإجادة اللغة الإنجليزية.

2- منسق أول علاقات عامة: ويقع على عاتقه التأكد من إعداد معلومات عن طبيعة عمل الجهة وأهدافها وتوجيهاتها وإنجازاتها والإسهام في الإعداد للمؤتمرات الصحفية واللقاءات

المختلفة واستقبال وتوديع الضيوف وغير ذلك من المهمات. ويشترط فيه الحصول على "مؤهل جامعي" وسنوات خبرة لا تقل عن أربع سنوات في مجال العمل. والإلمام باللغة الإنجليزية.

3- منسق علاقات عامة: ويقع على عاتقه المشاركة في استقبال ومرافقة وتوديع الضيوف وجمع وتبويب ما ينشر عن الجهة في وسائل الإعلام المختلفة بالإضافة للاشتراك في تنفيذ البرامج والأنشطة المختلفة التي تقيمها الجهة. يشترط في هذه الوظيفة الحصول على "مؤهل جامعي" والإلمام باللغة الإنجليزية. إضافة إلى اللياقة وحسن التصرف.

4- مساعد منسق أول علاقات عامة: ومن مهماته استقبال الضيوف ومرافقتهم وتزويدهم بالمطبوعات الخاصة بأنشطة وفعاليات الجهة والاطلاع على ما ينشر في وسائل الإعلام عن الجهة وإرساله للإدارات الفنية...، "ويشترط فيه الحصول على ثانوية عامة على الأقل، وأن لا تقل سنوات خبرته عن ست سنوات. وأن يكون لديه معرفة باللغة الإنجليزية".

5- مساعد منسق علاقات عامة: ومن مهماته المساعدة في استقبال الضيوف وتسهيل الإجراءات المتعلقة بهم والمساهمة في تنفيذ البرامج المختلفة للجهة...، ويشترط فيه الحصول على ثانوية عامة وخبرة لا تقل عن سنتين في مجال العمل، "والمعرفة باللغة الإنجليزية".

الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

العبد الله ، احمد (1992) بعنوان: تقييم أداء وظيفة العلاقات العامة في الإدارة العامة المركزية في الأردن.

كان هدف الباحث هو التعرف إلى مدى قيام وحدات العلاقات العامة في أجهزة الإدارة العامة المركزية بمهام البحث والتخطيط واستخدام وسائل الاتصال والتقويم، والاستعانة بالخبرات الاستشارية في مجال العلاقات العامة.

وبينت الدراسة أن غالبية دوائر العلاقات العامة لا تمارس وظيفة التخطيط، وأن الوحدات التي تمارس هذه الوظيفة تتبع التخطيط قصير المدى، كما إن غالبية الوحدات المستجيبة تهمل العديد من وسائل الاتصال، وأن هذه الوحدات لا تقوم بوظيفة التقويم وتهمل بعض الأساليب والطرق الهامة في هذه الوظيفة.

رشيد، تحسين منصور (1993) وهدفت الدراسة التعرف إلى اتجاهات الإدارة العليا نحو العلاقات العامة في الجهاز الحكومي الأردني. وتكون مجتمع الدراسة من جميع مديري العلاقات العامة بالجهاز وعددهم 77 مديرا يمثلون 77 منشأة، كما يضم أيضا 143 مفردة من الإدارة العليا، وقد أجرى البحث بالاعتماد على أسلوب المسح وأسلوب مسح الرأي العام. وأظهرت نتائج الدراسة أن النسبة الغالبة من أعضاء الإدارة العليا على دراية وعلم بالمفهوم الصحيح للعلاقات العامة والمهارات اللازمة لممارستها، وجاء السلوك المتوقع للإدارة العليا نحو العلاقات العامة إيجابيا إلى حد كبير، وخاصة فيما يتعلق بالتعامل مع الجمهور الخارجي ومعاونة الإدارة العليا في حل مشكلات المؤسسة.

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث اهتمامهما بالعلاقات العامة في الجهاز الحكومي، وكذلك اهتمامهما في المهارات المهنية اللازمة لممارسة وظيفة أو مهنة العلاقات العامة. لكنها تختلف عن دراستنا الحالية في تركيزها على مديري دوائر العلاقات العامة واستقصاء البيانات منهم، بينما اهتمت دارستنا في كافة ممارسي العلاقات العامة بصرف النظر عن مستواهم الإداري أو الوظيفي.

– **حسين، سمير محمد (1996)** إدارة العلاقات العامة بدولة الكويت: دراسة ميدانية. وهدفت لدراسة الجوانب الإدارية والتنظيمية وأساليب ممارسة العلاقات العامة في المنشآت المختلفة بدولة الكويت. وهدفت الدراسة تقويم ممارسة العلاقات العامة في تلك المؤسسات التي خضعت للدراسة من القطاعين العام والخاص ومنظمات المجتمع المدني، وقد بلغ عددها 122 مفردة من مختلف القطاعات. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأداته الاستبيان "صحيفة الاستقصاء".

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة كبيرة من النتائج أهمها:

1– بلغ متوسط أعداد العاملين في العلاقات العامة (12) فردا لكل جهة أو منشأة.

2– إن غالبية الوظائف في العلاقات العامة هي وظائف إدارية ومكتبية بنسبة (37.18%).

3– أن حملة شهادات الدراسات العليا (ماجستير ودكتوراه) في ممارسي العلاقات العامة تبلغ حوالي (4,5%) فيما (44.2%) تحمل مؤهلاً جامعياً.

4– إن نسبة (41.8%) من التخطيط للعلاقات العامة هو من نوع التخطيط "متوسط الأجل".

وتتشابه هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في كثير من الجوانب لأنها تركز على المهارات المهنية للعلاقات العامة، لكنها تختلف عنها في أنها شملت منشآت ومؤسسات في القطاع الخاص ومنظمات المجتمع المدني إضافة إلى الوزارات الكويتية.

- **الشماخي، خميس** (2001) تقييم أداء دوائر العلاقات العامة في سلطنة عمان من وجهة نظر مديري الدوائر الأخرى.

هدفت الدراسة الوقوف على أداء دوائر العلاقات العامة في وزارات سلطنة عمان وذلك من خلال التعرف إلى الوسائل والأساليب المتبعة في عمل العلاقات العامة ومدى تأثيرها على أدائها كما تهدف الدراسة التعرف إلى تأثير العوامل الشخصية للأفراد العاملين بالعلاقات العامة على أدائها من حيث (الخبرة، الجنس، المؤهل العلمي، الالتزام الأخلاقي).

وكانت عينة الدراسة من جميع دوائر الوزارات العمانية المنطوية تحت قانون الخدمة المدنية في سلطنة عمان من غير مديري العلاقات العامة ويبلغ عددها حوالي 400 مدير قام الباحث بأخذ عينة منهم تبلغ 75 مديرا وَزَّع عليهم استبيانا يتألف من قسمين.

وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى أداء دوائر العلاقات العامة في سلطنة عمان هو مستوى متوسط بحسب أداة القياس المطورة لمقياس ليكرت. كذلك توصلت الدراسة إلى أن المخصصات المالية لا تساعد على تحسين أداء العلاقات العامة. وأن دوائر العلاقات العامة لا تستخدم الأساليب والأدوات الحديثة في أداء عملها مثل النشرات الدورية وشبكة الانترنت والحاسب الآلي وغيرها. وأثبتت الدراسة أنه لا يوجد أثر للعوامل الشخصية (الجنس ، المؤهل العلمي، الالتزام الأخلاقي) للعاملين على أدائها. وأنه كلما زادت سنوات الخبرة للعاملين في العلاقات العامة كان أداؤها أفضل، وأنه لا تأثير لطبيعة عمل الوزارة (من حيث كونها خدمية أو غير خدمية) على أداء العلاقات العامة من حيث تأثير هذا المتغير على أداء العلاقات العامة.

وقد استفاد الباحث من هذه الدراسة بأن رأى تجنب دراسة كل وزارة على حدة. حيث ظهر عدم وجود تأثير لطبيعة الوزارة على أداء العلاقات العامة، علاوة على أن العدد القليل في الوزارات من ممارسي العلاقات العامة لا يساعد على إجراء اختبارات الفروق.

دراسة **خليل، إنجي (2004)** حول الصورة الذهنية لمهنة العلاقات العامة لدى ممارسيها وعلاقتها بمستوى أدائهم. وتحددت المشكلة البحثية لهذه الدراسة في التعرف على طبيعة ملامح الصورة الذهنية لمهنة العلاقات العامة لدى ممارسيها، وتحديد المتغيرات المؤثرة على هذه الصورة ومحاولة التعرف على مستوى أداء ممارسي العلاقات العامة والمتغيرات المؤثرة عليه، واختبار العلاقات بين صورة المهنة لدى الممارسين، وبين مستوى أدائهم لمتطلباتها.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأداة الاستبيان " صحيفة الاستقصاء" لجمع بيانات من عينة قوامها 340 مفردة من العاملين بمهنة العلاقات العامة في مؤسسات القطاعين العام والخاص وقطاع الأعمال العام في مدينة القاهرة الكبرى.

وتوصلت الدراسة إلى عدد كبير من النتائج نشير إلى أهمها بما له صلة في موضوع دراستنا الحالية، وهي كالأتي:

1- لا توجد فروق كبيرة بين اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والخاصة والتابعة لقطاع الأعمال العام نحو السمات العامة لصورة المهنة.

2- يزداد وضوح مفهوم مهنة العلاقات العامة لدى الممارسين في القطاع الحكومي، ويليهم في ذلك المبحوثون في قطاع الأعمال العام، وأخيرا القطاع الخاص.

3- أما عن أهم السمات التي قدمها المبحوثون كصفات ضرورية للعاملين بمهنة العلاقات العامة فقد شغلت السمات الخاصة بالمظهر الجيد وإتقان اللغات والعلاقات الشخصية المتعددة

المراكز المتقدمة في اختبارات الممارسين بشكل عام، بينما جاء التعامل مع الحاسب الآلي والمؤهل العلمي المتخصص في ترتيب متأخر.

4- يعد مسمى العلاقات العامة هو أهم المسميات المستخدمة للتعبير عن الأجهزة المختصة بأداء مهام المهنة في المؤسسات التي يعمل بها الممارسون عينة الدراسة.

5- جاءت معظم الأجهزة التي يعمل بها ممارسو العلاقات العامة بالقطاع الحكومي وقطاع الأعمال في مستوى " الإدارة العامة"، بينما جاء مستوى "الإدارة" كأكثر المستويات الإدارية التي يتبعها جهاز العلاقات العامة الذي يعمل به الممارسون بالقطاع الخاص.

6- يزيد معدل الحصول على دورات تدريبية في مجال العمل لدى الممارسين في القطاع الحكومي، ويليهم المبحوثون في قطاع الأعمال العام، وأخيرا، في القطاع الخاص.

7- جاءت أكبر نسبة وجود مشكلات تواجه الممارسين في العمل لدى العاملين بالقطاع الحكومي، ويليهم الممارسون في قطاع الأعمال، بينما تقل نسبة وجود مشكلات لدى المبحوثين في القطاع الخاص.

وتتشابه هذه الدراسة مع دراستنا الحالية باهتمامها بالمهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة، وكذلك اهتمامها بالمستوى الإداري لمهنة العلاقات العامة في مؤسسات القطاع الحكومي، وكذلك في المشكلات التي تواجه العاملين في مهنة العلاقات العامة، لكنها تختلف عنها في أن هذه الدراسة اهتمت تلك المحاور أو الموضوعات كموضوعات فرعية بينما كان اهتمامها يتركز على الصورة الذهنية لمهنة العلاقات العامة من خلال ممارسي العلاقات العامة وكذلك البحث في العوامل المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية لهذه المهنة.

قيراط ، محمد (2004) ممارسو العلاقات العامة في الإمارات العربية المتحدة، الخصائص الديموغرافية والتوجهات المهنية والقيم الأخلاقية.

تبحث هذه الدراسة الخصائص الديموغرافية والتوجهات المهنية والقيم الأخلاقية وظروف العمل والرضا لممارسي العلاقات العامة في الإمارات العربية المتحدة، وتمثلت مشكلة الدراسة في السؤال أو الأسئلة التي تدور حول: هل واكبت ممارسة العلاقات العامة في دولة الإمارات التطورات والانجازات التي تحققت في مجالات عديدة وخصوصا الاقتصادي. أم أن ممارسة العلاقات العامة ما زالت تعاني من المشاكل التقليدية والمعروفة في معظم دول العالم وخصوصا الدول النامية؟ ما توجهات ممارس العلاقات العامة وما ظروف عمله وما درجة رضاه عن عمله ؟ وما علاقته بالإدارة العليا ؟ وما القيم الاحترافية والأخلاقية لممارس العلاقات العامة في الإمارات العربية المتحدة؟

واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي واستخدمت الاستبيان يحتوي على 87 سؤالاً تم توزيعه على ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات العامة والخاصة في دولة الإمارات العربية المتحدة، وقد وزع الباحث 1000 استبانة وعاد له فقط 372 استبانة صالحة،. كما استخدم الباحث المقابلات مع عدد من مسؤولي وممارسي العلاقات العامة في الدولة.

وأسفرت الدراسة عن مجموعات من النتائج أهمها:

أن ثلثي ممارس العلاقات العامة هم من الذكور، 73% منهم مواطنون، وأكثر من نصف الممارسين متزوجون وحاصلون على شهادة البكالوريوس، وأقر أكثر من ثلث المبحوثين ببعض النقائص في ممارسة العلاقات العامة في الإمارات العربية كالتركيز على العلنية والشهرة، والانحياز للمنظمة، غياب الدراسات والبحوث، نقص الكادر البشري والاهتمام بالنشطة الفنية.

ومن الناحية المهنية أظهر أغلب المبحوثين اتجاهات ايجابية بالمهمات المهنية للعلاقات العامة مثل تقديم المعلومات الصادقة للجمهور، وأن الرد على شكاوي الجمهور مهمة جدا، وتزويد المؤسسات الإعلامية بمعلومات عن المنظمة ومتابعة البيانات والأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام.

وقد استفاد الباحث من هذه الدراسة من خلال صياغة الأسئلة وكذلك في البحث عن موضوعات جديدة لم تطرقها مثل هذه الرسالة والتوسع فيها، ألا وهو الجانب الذي تهتم به هذه الدراسة المتعلق بالمهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات.

أبو زيد، مريم سليمان (2006) الخصائص المهنية لممارسي العلاقات العامة وعلاقتها بالتأهيل والتدريب في مؤسسات حكومية وأهلية في مصر.

هدفت الدراسة لمعرفة العلاقة بين مستويات الصفات المهنية لممارسي العلاقات العامة وبين التأهيل والتدريب الذي تلقاه الممارسون في عدد من المؤسسات الحكومية في دولة لبنان.وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي والمسح من خلال استبانة تم توزيعها على عينة عشوائية من ثلاث مؤسسات حكومية في مناطق مختلفة.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود فورق ذات دلالة إحصائية بين المستوى المهني (عال، متوسط، ضعيف) وبين التأهيل الجامعي لممارسي العلاقات العامة، وكذلك وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين المستوى المهني وبين الدورات التدريبية التي تلقاها ممارسو العلاقات العامة. وأوصت الدراسة بضرورة تأهيل الممارسين في العلاقات العامة بتخصصات قريبة من الحقل أو في صلب العلاقات العامة، وكذلك أوصت بضرورة استمرار التدريب لممارسي العلاقات العامة وتزويدهم بكل المهارات والمعارف الجديدة خصوصا في تكنولوجيا الاتصال والعلاقات العامة.

دياب، وليد (2008) أخلاقيات مهنة العلاقات العامة في الوطن العربي.

تحددت مشكلة الدراسة في "التعرف على أهمية الأخلاقيات المهنية ودورها في مؤسسات العلاقات العامة، والتعرف على أبرز العوامل التي تشكل القرارات الأخلاقية، إضافةً إلى التعرف على أهم الصفات الأخلاقية والمهنية للعاملين في العلاقات العامة، والكشف عن دوافع الخروج عن الالتزام بالأخلاقيات المهنية، ودراسة مواثيق الشرف العالمية وتحليلها".

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى درجة اقتناع ممارس العلاقات العامة بأهمية وضع ضوابط أخلاقية وقيم مهنية للعلاقات العامة بدرجة كبيرة جدًّا مؤكدين على أن العلاقات العامة تؤدي دورًا مهمًا في صياغة السياسات والاستراتيجيات بالمنظمات المعاصرة إضافةً إلى أن لها تأثيرًا على المناخ النفسي للعاملين.

كما أظهرت النتائج تعدد العوامل المؤثرة في تشكيل القرارات الأخلاقية للممارسين منها التحدث مع زملاء المهنة الأكثر خبرة، والعوامل الشخصية المرتبطة بالنشأة الاجتماعية كالخلفية الثقافية- القيم التي يعتنقها- الأسرة- ثمَّ القوانين والتشريعات المنظمة للعمل المهني.

كما كشفت النتائج درجة حرص الممارسين على الالتزام بأخلاقيات التعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسات ودرجة الالتزام بأخلاقيات المجتمع، ودحض المساوئ غير الأخلاقية وعلاجها.

وأظهرت الدراسة أن معظم المبحوثين يواجهون ضغوطًا تؤثر على أخلاقيات الممارسة المهنية، وقد كشفت أن نقص المخصصات المالية وضغوط العمل المستمر الذي لا يتوقف ولا يترك فرصةً للراحة، وعمل غير المتخصصين من الأسباب المهمة التي تدفع الممارسين إلى

عدم الالتزام بالأخلاقيات المهنية، كما أظهرت الدراسة عددًا من المقترحات لتعزيز التـزام الممارسين بأخلاقيات المهنة وترقية الأداء المهني.

واقترحت الدراسة وضع ضوابط وأسس إجرائية لقواعد أخلاقيات مهنة العلاقـات العامـة، وتطوير مفهوم الأخلاقيات المهنية كحقل رئيسي من تخصص العلاقات العامة، وقيام الشركات والمؤسسات بإصدار مدونات أخلاقية تكون مرشدًا وموجهًا لقرارات المديريـة وسـلوكيات العاملين في العلاقات العامة والتوصل إلى وضع ميثاق شرف منظم لمهنة العلاقات العامة في مؤسساتنا العربية والاهتمام بالدورات التدريبية وعمليات التدريس الأخلاقي الذي من شأنه أن يطور أداء لمهنة ويحسن من صورتها. كما توصلت الدراسة إلى وضع أول ميثـاق شـرف أخلاقي يحدد آداب المهنة وضوابطها على المستوى العربي .

ومن الدراسات الأجنبية:

كورنيليوس برات (Cornelius Pratt)(1986) المهنية فـي العلاقـات العامـة فـي نيجيريا.

كان هدف الدراسة التعرف على مدى الرضا الوظيفي لموظفي العلاقات العامة في نيجيريـا عن الوظائف التي يقومون بها إضافة للتعرف على مدى وعي هؤلاء الأفراد بمهنية العلاقات العامة على اعتبارها مهنة بحاجة مهنة بحاجة إلى توافر مواصفات معينة في الأفراد العاملين فيها، وذلك من خلال مقارنة الدور المثالي للعلاقات العامة مع الدور الواقعي الممـارس فـي هذه الوحدات.

وأظهرت نتائج الدراسة عدم رضا العاملين في العلاقات العامة عن وظائفهم بـسبب وجـود اختلاف بين ما تقوم به هذه الوحدات حاليا وبين الدور الذي يجب أن تقوم به، كما أظهـرت الدراسة أن هناك وعياً متوسطاً لدى أفراد العينة في تصورهم لوظيفة العلاقات العامـة مـن

حيث أنها تحتاج إلى مواصفات ومؤهلات شخصية من أجل القيام بها، وأظهـرت الدراسـة وجود فروق بين الأفراد الذين يمارسون هذه المهنة استنادا إلى خلفية أكاديمية (متخصصين) وبين من يمارس هذه الوظيفة من غير الاختصاصيين وذلك لصالح الاختصاصيين سواء في مستوى رضاهم عن وظائفهم أو في مدى وعيهم لدرجة مهنية هذه الوظيفة.

وتتشابه هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في اهتمامها بالمهارات والخصائص المهنية لممارسي العلاقات العامة، لكنها تختلف عنها في تركيزها على المهام التي يقوم بها ممارس العلاقـات العامة ومدى رضاه عن تلك المهام المكلف القيام بها. فيما تهتم دراسـتنا الحاليـة بوصـف المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة إضافة إلى مستويات التعلـيم والتـدريب ومـدى الرضا عن ذلك.

دراسة **داراديرك إيكاكايه Daradirck Ekackai (1995)** (نقلا عن دراسة خليل،2004)

وهدفت هذه الدراسة التعرف إلى الأدوار المهنية التي يؤديها ممارسو العلاقات العامـة فـي تايلاند، وذلك بهدف التعرف على إدراك هؤلاء الممارسين لأدوارهـم فـي العمـل مقارنـة بنظرائهم الأمريكيين، وقد اعتمد الباحث على عينة عمدية قوامها 200 مفردة من ممارسـي العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية والخاصة، وأشارت النتائج إلى وجود تحول جـوهري في أداء مهنة العلاقات العامة من دور الوكيل الصحفي إلى استخدام النموذج ذي الاتجـاهين في الاتصال، وأداء المهام الإدارية العليا وبخاصة في مؤسسات القطاع الخاص، كما يوجـد أيضا تزايد واضح في استخدام الأساليب العلمية في قياس الرأي العام، ود تركز الدور الفنـي (التنفيذي) الذي يؤديه الممارسون في إخراج المواد الإعلامية وبناء علاقات المؤسسة بوسائل الإعلام.

تعليق على الدراسات السابقة:

يلاحظ من خلال استعراض الدراسات السابقة أنها يمكن أن تصنف ضمن فئتين ، الأولى تحاول تقييم العلاقات العامة كدوائر ضمن النظام الإداري للمؤسسة أو المنظمة ، وهذا أمر مهم للرقي بالعلاقات العامة وفهما وتحديد مشكلاتها والرقي بها ، والنوع الثاني وهو الأقل، ويشمل تلك الدراسات التي حاولت دراسة الصفات الشخصية أو المهنية أو الأخلاقية لممارس العلاقات العامة كأفراد متخصصين أو ممارسين، وهذا أيضا مهم لفهم واقع العلاقات العامة والرقي بها وكذلك لأهمية العنصر البشري في هذه المهنة، ويبدو أنه من المهم أن نبدأ من عند الإنسان الذي يمارس هذه الوظيفة المهمة والحساسة في نجاح المنظمة أو المؤسسة أو الدائرة الحكومية وفي تحقيق أهدافها، لأن معرفة أهمية العلاقات العامة كدوائر في الجهاز الإداري لا يغني عن بحث ودراسة الفرد الممارس لها في كل المستويات العليا والمتوسطة والتنفيذية.

وقد استفاد الباحث كثيرا من أدبيات هذه الدراسات، وكذلك من منهجيتها خصوصا في صياغة أسئلة الاستبيان، وحاول الباحث أن يركز البحث حول العنصر البشري وتلافي التشتت في جوانب أخرى كثيرة للعلاقات العامة، وهو ما لاحظه الباحث على بعض الدراسات الأخرى السابقة.

لذلك تتميز هذه الدراسة الحالية بتركيزها على أهمية مهارات العنصر البشري في العلاقات العامة الحكومية، وضرورة تمتع ممارس العلاقات العامة بالظروف والمهارات والخبرات والسمات التي تساعده على تأدية مهامه بكل فعالية ونجاح.

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

1- نوع الدراسة ومنهجيتها:

يعرف المنهج بأنه مجموعة القواعد العامة الموضوعة من أجل الوصول إلى الحقيقة بالعلم.(عبد الحميد، 2003، 353). والمنهج الوصفي يهتم بتصوير ما هو كائن، أي الوضع الراهن أو الحادثة، فهو يصف خصائصها ومركباتها ويصف العوامل التي تؤثر عليها، والظروف التي تحيط بها، ويحدد العلاقات الارتباطية بين المتغيرات التي تؤثر على تلك الظاهرة. وانطلاقا من هذا التصوير يمكن التنبؤ والاستنتاج بالأوضاع المستقبلية التي ستؤول إليه الظاهرة، فالبحث الوصفي لا يعتمد على الملاحظة السطحية أو الوصفات العرضية في حل المشكلة قيد البحث. (المغربي، 2011، 96)

تعتبر دراستنا هذه من الدراسات الوصفية/ المسحية حيث تستخدم الأساليب المسحية من خلال الاستبيان الذي يقوم على وضع أسئلة متعددة لجمع بيانات عن المشكلة أو الظاهرة التي تحاول الدراسة تحديدها ووصفها وتفسيرها واقتراح الحلول أو التوصيات والاقتراحات ما أمكن ذلك.

2- مجتمع الدراسة.

يتكون مجتمع الدراسة من جميع ممارسي العلاقات العامة العاملين في وزارات الحكومة الكويتية جميعهم، وبناء على استقصاء الباحث مباشرة من مسؤولي الوزارات، فإن هؤلاء يقدر بحوالي 630 ممارسا في خمس عشرة وزارة (وزارة الدفاع ووزارة الصحة امتنعتا عن

الاستجابة لاستبيان الدراسة)، وهؤلاء يمارسون أعمالا تتصل بالعلاقات العامة ويتبعون دوائر وأقسام العلاقات العامة رغم أن تسميات الأقسام والدوائر التي يعملون بها تختلف مــن وزارة إلى أخرى ، وبذلك فإن مجتمع الدراسة يضم جميع الموظفين الممارسين المسجلين في أقسام العلاقات العامة بصرف النظر عن مسماهم الوظيفي وبصرف النظر عن مستواهم التعليمي.

3- عينة الدراسة.

تتكون عينة الدراسة من عينة عــشوائية (Simple Random Sample) مــن ممارســي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية ، وقد حاول الباحث توزيع ما مجموعه 300 اســتبيانة تقريبا، بواقع 25 استبيانا لكل وزارة من الوزارات السبع عشرة، لكن وزارتي الصحة والدفاع اعتذرتا عن الاستجابة للاستبيان، وكانت مبررات وزارة الدفاع مبررات متفهمــة ومنطقيــة باعتبارها وزارة ذات حساسية أمنية خاصة، لكن وزارة الصحة لم تبد أي مبررات مقنعة لعدم التعاون.

وبذلك فإن العينة شملت خمس عشرة وزارة بدون وزارتي الدفاع والصحة، وقــام الباحــث بتوزيع 250 استبيانا، لم يستجب منهم 15 موظفاً، وبناء عليه فقد بلغت الاستبيانات التي جرى اعتمادها في التحليل الإحصائي (235) فقط، أي بنسبة (94%) من الاســتبيانات الموزعــة. وهي تشكل ما نسبته 37% من مجتمع الدراسة.

والوزارات التي استجاب موظفوها من ممارسي العلاقات العامة مع الاستبيان هي :

الداخلية، الخارجية، المالية، الشؤون الاجتماعية، العدل، التجارة والصناعة، التعليم العــالي، التربية ، النفط، الأشغال العامة، المواصلات، الأوقاف، البلدية، الإعلام. الكهرباء والماء.

4- أداة الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على الاستبيان كأداة لجميع البيانات من قبل ممارسي العلاقات العامة، والاستبيان يتكون من ثلاثة أقسام رئيسية، الأول يختص بالبيانات التي تصف الممارسين من الناحية الجنس (ذكر، أنثى) أو من ناحية المستوى التعليمي خمسة مستويات ((ثانوية، دبلوم ما بعد الثانوية العامة، بكالوريوس ، دراسات عليا)). أما القسم الثاني فيتكون من أسئلة تهدف إلى معرفة المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة، فيما القسم الثالث والأخير يهدف إلى معرفة المهارات السلوكية لممارسي العلاقات العامة ومستوى الرضا لديهم عن هذه المهارات.

5- اختبار صدق الأداة:

قام الباحث بإجراء اختبار صدق الأداة (الاستبيان) من خلال عرضه على مجموعة من الأساتذة المختصين في العلاقات العامة في الجامعات الأردنية وفي جامعة الكويت أيضا، وقام المحكمون بوضع ملاحظات مفيدة على أسئلة الاستبيان، واقترح بعضهم بعض الأسئلة الفرعية أو تعديلها، وقد اعتمد الباحث الملاحظات التي وضعها أكثر من اثنين من المحكمين إلى أن أصبح الاستبيان بالشكل الذي طبق فيه. وفي الملاحق قائمة بأسماء المحكمين (محلق رقم 1).

6- ثبات الأداة:

أما ثبات الأداة فهي تعني أن الاستبيان يمكن أن يخرج بنفس البيانات والنتائج إذا ما أعيد تطبيقه على المبحوثين مرتين. لذلك قام الباحث بتطبيق الاستبيان على عينة عشوائية بسيطة بعد تحكيم الاستبيان ثم عاود تطبيقه مرة أخرى، حيث فصل بين المرة الأولى والثانية أسبوعان.

ويسمى مثل هذا الإجراء الاختبار وإعادة الاختبار ويتم استخراجه بتطبيق معامـــل ارتبـــاط بيرسون. وقد تم احتساب معامل بيرسون من قبل الإحصائي فكان (83%) مما يدلل أن الأداة تتمتع بثبات جيد جدا.

7- المعالجة الإحصائية

تمت المعالجة الإحصائية من خلال حزمة التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعيـــة (SPSS) حيث جرى حساب التكرارات والنسب المئوية.

8- طريقة التنفيذ:

لإجراء هذه الدراسة قام الباحث أولا بمراجعة الأدب النظري والدراسات السابقة فـــي مجـــال العلاقات العامة عموما والمهارات المهنية خصوصا، ثم بعد ذلك قام الباحث بوضـــع خطـــة الدراسة التي تشتمل على المشكلة والأسئلة والمنهجية، وفي مرحلة لاحقة قام الباحث بتصميم أداة الدراسة (الاستبيان) وقام بتوزيعه على ممارسي العلاقات العامة في مختلف الـــوزارات المشار إليها في عينة الدراسة، ثم جرى تحليل البيانات عبر المحلل الإحصائي، ومن ثم قـــام الباحث بكتابة تقرير الدراسة وجمع فصولها كما هي عليه الآن .

الفصل الرابع

تحليل نتائج الدراسة

الفصل الرابع
تحليل نتائج الدراسة

في هذا الفصل نستعرض نتائج أسئلة الدراسة وبالترتيب على النحو التالي:

السؤال الأول: ما الخصائص الديموغرافية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية من حيث النوع الاجتماعي والعمر؟

1/1 النوع لاجتماعي

الجدول (3)

توزيع أفراد العينة من حيث النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	94	40
أنثى	141	60
المجموع	235	100

يتبين من الجدول رقم (3) أن الأكثرية من ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية كانت من الإناث إذ بلغ عددهن (141) أنثى بنسبة (60%) من العينة، و مقابل (94) ذكراً بنسبة (40%) من أفراد العينة. وهذا مؤشر على اهتمام الوزارات بالعنصر النسائي في ممارسة العلاقات العامة أكثر من الاهتمام بالذكور و ربما يكون هناك أسباب تبرر ذلك خاصة فيما يتعلق بالمهارات المهنية التي تتمتع بها الأنثى.

1/2 العمر

الجدول (4)
توزيع أفراد العينة من حيث العمر

النوع الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
من 26 –30 سنة	89	37.87	1
من 31 – 35 سنة	40	17.02	2
41 سنة فأكثر	36	15.32	3
أقل من 25سنة	36	15.32	3
من 36–40 سنة	34	14.47	5
المجموع	235	100.00	–

يتبين من الجدول رقم (4) أن الفئة العمرية (26–30 سنة) احتلت الترتيب الأول بتكرار بلغ (89) وبنسبة مئوية (37.87%) من ممارسي العلاقات العامة، وجاءت الفئة (31–35سنة) بالترتيب الثاني بتكرار بلغ (40) وبنسبة تساوي (17.02%) من ممارسي العلاقات العامة ، ثم جاءت الفئتان (41 سنة فأكثر) وفئة (أقل من 25 سنة) بالترتيب الثالث بتكرار بلغ (36) وبنسبة تساوي (15.32%) ، و في الترتيب الخامس جاءت الفئة (36–40) بتكرار بلغ (34) وبنسبة (14.47%) من المبحوثين.

السؤال الثاني: ما مستويات التأهيل التعليمي أو الأكاديمي لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية؟

يبين الجدول التالي خصائص أفراد العينة من حيث المستوى التعليمي أو الأكاديمي.

جدول (5)

المستوى التعليمي لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية

المستوى	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
جامعي	113	48.09	1
دبلوم	82	34.89	2
ثانوي	25	10.64	3
دراسات عليا	15	6.38	4
المجموع	235	100.0	–

يتبين من الجدول رقم (5) أن مستوى التعليم "جامعي" لممارسي العلاقات العامة قد جاء في الترتيب الأول بتكرار (113) بنسبة (48.09%) من العينة، و جاء في الترتيب الثاني المستوى التعليمي "دبلوم" بتكرار بلغ (82) بنسبة (34.89%) من العينة، فيما احتل الترتيب الثالث المستوى التعليمي "ثانوي" بتكرار بلغ (25) وبنسبة تساوي (10.64%) من العينة، وفي الترتيب الرابع والأخير جاء المستوى التعليمي "دراسات عليا"بتكرار بلغ (15) بنسبة (6.38%) من العينة.

السؤال الثالث: ما التخصصات الأكاديمية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية؟

يبين الجدول التالي نتائج هذا السؤال :

جدول (6)

التخصصات التعليمية والأكاديمية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية

التخصص	التكرار	النسبة	الترتيب
تخصصات أخرى	63	26.81	1
تخصصات الآداب	59	25.11	2
إعلام وعلاقات عامة	45	19.15	3
التجارة ولاقتصاد	43	18.30	4
ثانوي غير متخصص	25	10.64	5
المجموع	235	100	-

يتبين من الجدول رقم (6) إن فئة "تخصصات أخرى"(الكمبيوتر، الجرافيك، السكرتاريا، التصوير) قد احتلت الترتيب الأول بتكرار بلغ (63) بنسبة (26.81%) من العينة ،و تخصص "الآداب" قد احتل الترتيب الثاني بتكرار بلغ (59) بنسبة (25.11%) من ممارسي العلاقات العامة وجاء في الترتيب الثالث فئة المتخصصين في "الإعلام والعلاقات العامة" بتكرار بلغ (45) بنسبة (19.15%) من العينة، وجاء في الترتيب الرابع تخصص "التجارة والاقتصاد" بتكرار بلغ (43) بنسبة (18.30%) من أفراد العينة.

السؤال الرابع: ما مدى رضا ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية عن تأهيلهم الأكاديمي ؟

للإجابة عن هذا السؤال المتضمن ثلاث درجات للرضا و هي: راض تماما، راض نوعـــا ما، غير راض. فقد تم استخدام المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لكل مـــستوى تعليمي على حدة ويبين الجدول التالي نتائج هذا السؤال.

جدول (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لرضا الممارسين عن تاهيلهم الأكاديمي

المستوى التعليمي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
جامعي	2.46	0.581	1
دراسات عليا	2.41	0.632	2
دبلوم	2.02	0.587	3
ثانوي	1.60	0.707	4

يتبين من نتائج الجدول رقم(7) أن المتوسط الحسابي لفئة "الجـــامعيين" قـــد بلـــغ (2.46) بانحراف معياري (0.581) أي بنسبة (0.82) وهذا يعني أن هذه الفئة قد احتلت الترتيـــب الأول. وفي الترتيب الثاني جاءت فئة "الدراسات العليا" بمتوســـط حـــسابي بلـــغ (2.41) بانحراف معياري (0.632) أي بنسبة (0.80) . أما فئة "الدبلوم" فقد جاءت فـــي الترتيـــب الثالث بمتوسط حسابي بلغ (2.02) بانحراف معياري (0.587) أي بنسبة (0.67)، وأخيرا جاءت فئة الثانوي بمتوسط حسابي بلغ (1.60) بـــانحراف معيـــاري (0.707) أي بنـــسبة (0.53)

السؤال الخامس: ما مستويات التدريب المهني الذي يتلقاه ممارسو العلاقـــات العامـــة فـــي الوزارات الكويتية؟.

ويفحص هذا السؤال عن طريق ثلاثة مستويات :

أ- مدى تلقي ممارسي العلاقات العامة تدريبا في مجال عملهم.

ب- عدد الدورات التدريبية التي يشاركون بها في مجل عملهم.

ج- مدى رضا ممارسي العلاقات العامة عما يتلقوه من تدريب مهني

وفيما يلي نتائج هذه الأسئلة:

أ- التدريب المهني الذي يتلقاه الممارسون

ويبين الجدول (8) نتائج هذا السؤال.

جدول (8)

التدريب المهني الذي يتلقاه الممارسون

مدى التدريب	التكرار	النسبة	الترتيب
أحيانا	92	39.15	1
أبدا	91	38.72	2
دائما	52	22.13	3
المجموع	235	100.00	-

يبين الجدول رقم(8) أن الترتيب الأول جاء لمستويات التدريب المهني الذي يتلقاه ممارسو العلاقات العامة في الوزارات كانت لصالح الفئة "أحيانا" أي التي تلقت تدريبا في بعض الأحيان من وجهة نظرهم، وجاء ذلك بتكرار بلغ (92) بنسبة (39.15%) من أفراد العينة. أما الترتيب الثاني فكان لصالح فئة "أبدا" وذلك بتكرار بلغ (91) بنسبة (38.72%) من العينة. وجاء في الترتيب الثالث فئة "دائما" بتكرار بلغ (52) وبنسبة مئوية تساوي (22.13%) من العينة.

ب- عدد الدورات التدريبية التي يشارك بها في مجل عملهم

يبين الجدول رقم (9) عدد الدورات التدريبية التي يشارك بها ممارسو العلاقات العامة في الوزارات الكويتية.

جدول رقم(9)

عدد الدورات التدريبية التي يشارك بها ممارسي العلاقات العامة

عدد الدورات	التكرار	النسبة	الترتيب
من 2-1 دورة	86	59.72	1
من 5-3 دورة	34	23.61	2
أكثر من 5 دورات	24	16.67	3
المجموع*	144	100.00	-

(*) المجموع في الجدول اقل من عينة الدراسة بعد استبعاد الذين لم يتلقوا تدريبا وعددهم (91)

يبين الجدول رقم(9) أن ممارسي العلاقات العامة الذين تلقوا تدريبا "من 2-1 دورة" قد حقق الترتيب الأول بتكرار بلغ (86) وبنسبة مئوية بلغت (59.72%) من أفراد العينة. أما في الترتيب الثاني فكانت للفئة التي شاركت في دورات تدريبية بلغت "من (5-3) دورات" وبنسبة بلغت (23.61%) من أفراد العينة، أما في الترتيب الثالث فكانت للفئة التي شاركت في دورات تدريبية "لأكثر من 5 دورات" وجاء ذلك بتكرار بلغ (24) وبنسبة مئوية بلغت (16.67%) من أفراد العينة.

ج- مدى رضا ممارسي العلاقات العامة عما يتلقونه من تدريب مهني

ويبين الجدول رقم (10) مستويات الرضا عن التدريب المهني الذي يتلقاه ممارسو العلاقات العامة.

جدول (10)

مستويات الرضا عن التدريب المهني الذي يتلقاه ممارسي العلاقات العامة

مستوى الرضا	التكرار	النسبة	الترتيب
نوعا ما	67	46.53	1
راض تماما	59	40.97	2
غير راض	18	12.50	3
المجموع*	144	100.00	-

(*) المجموع في الجدول اقل من عينة الدراسة بعد استبعاد الذين لم يتلقوا تدريبا وعددهم (91)

يبين الجدول رقم(10) أن الرتبة الأولى جاءت لصالح فئة "راض نوعا ما" بتكرار بلغ (67) وبنسبة بلغت (46.53%) من أفراد العينة، وجاءت في الرتبة الثانية الفئة التي عبرت عن "رضا تام" بتكرار بلغ (59) وبنسبة مئوية بلغت (40.97%) من أفراد العينة. أما الرتبة الثالثة فكانت من نصيب فئة "غير راض" بتكرار بلغ (18) وبنسبة مئوية بلغت (12.50%) من أفراد العينة.

السؤال السادس: ما المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية؟.

وتتوزع هذه المهارات الأساسية على سبعة مهارات على النحو التالي:

6/1: مهارة إجراء البحوث العلمية في مجال العلاقات العامة:

ويبين الجدول (11) نتائج هذا السؤال.

جدول (11)

مهارات العلاقات العامة الأساسية (إجراء البحوث)

نوع المهارة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
مهارة متوسطة	110	46.81	1
مهارة كبيرة	64	27.23	2
مهارة معدومة	42	17.87	3
مهارة ضعيفة	19	8.09	4
المجموع	235	100.00	–

يبين الجدول رقم(11) أن الرتبة الأولي كانت "للمهارة المتوسطة" في إجراء البحوث بتكرار (110) وبنسبة تساوي (46.81%) من العينة، وكانت الرتبة الثانية لأصحاب "المهارة الكبيرة" بتكرار بلغ (64) وبنسبة تساوي (327.2%) من العينة، وجاء في الرتبة الثالثة الذين أقروا بأن "مهاراتهم معدومة في "إجراء البحوث بتكرار بلغ (42) وبنسبة تساوي (17.87%)، وجاء في الرتبة الرابعة الفئة التي أقرت بأن "مهارتها ضعيفة" في إجراء البحوث بتكرار بلغ (19) وبنسبة تساوي (8.09%) من العينة.

6/2: مهارات استخدام التكنولوجيا الاتصالية :

ويبين الجدول (12) نتائج هذا السؤال:

جدول (12)

مهارات التكنولوجيا الاتصالية لدى ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية

وسائل التكنولوجيا الاتصالية	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
الكمبيوتر	203	37.52	1
الإنترنت	196	36.23	2
تصوير فوتوغرافي	95	17.56	3
تصوير فيديو	47	8.69	4
المجموع	541*	100.00	-

(*) المجموع هنا اكبر من عدد أفراد العينة لأنه كان الحق للمبحوث باختيار أكثر من بديل

يبين الجدول رقم(12) أن الترتيب الأول جاء لمهارة استخدام جهاز "الكمبيوتر" إذا تبين أن (203) من المبحوثين يتقنون ذلك بنسبة تساوي (37.52%) من العينة، وجاء في الرتبة الثانية إتقان مهارة استخدام "الإنترنت" بتكرار بلغ (196) وبنسبة تساوي (36.23%) من أفراد العينة، ثم تبين أن الرتبة الثالثة كانت لمهارة " التصوير الفوتوغرافي" بتكرار بلغ (95) وبنسبة تساوي (17.65%). أما الرتبة الرابعة فكانت لمهارة " التصوير بالفيديو" بتكرار بلغ (47) بنسبة تساوي (8.69%).

6/3: مهارات الاتصال الشخصي في العلاقات العامة:

ويبين الجدول (13) نتائج هذا السؤال.

جدول (13)

مستوى المهارات في الاتصال الشخصي لدي ممارسي العلاقات العامة

مهارة الاتصال	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
مهارة كبيرة	117	49.79	1
مهارة متوسطة	99	42.13	2
مهارة ضعيفة	10	4.26	3
مهارة معدومة	9	3.83	4
المجموع	235	100.00	–

يبين الجدول رقم(13) مهارات الاتصال الشخصي لدى ممارسي العلاقات العامة تنوعت على عدة مستويات، وتبين أن الرتبة الأولى كانت للفئة التي ترى أن مهارتها في الاتصال الشخصي هي "مهارة كبيرة" بتكرار بلغ (117) وبنسبة تساوي (49.79%) من العينة، وجاءت الرتبة الثانية للفئة التي ترى أن مهارتها في الاتصال الشخصي كانت "مهارات متوسطة" بتكرار بلغ (99) وبنسبة تساوي (42.13%) من العينة، وجاء في الرتبة الثالثة الفئة التي ترى أن مهارتها في الاتصال الشخصي هي "مهارة ضعيفة" بتكرار بلغ (10) وبنسبة تساوي (4.26%) من العينة، وفي الرتبة الرابعة جاءت "المهارة المعدومة" لدى بعض الممارسين بتكرار بلغ(9) ونسبة تساوي (3.83%).

6/4: مهارة التعامل مع وسائل الاتصال الجماهيري:

ويبين الجدول (14) نتائج هذا السؤال.

جدول (14)

مهارات الاتصال الجماهيري لممارسي العلاقات العامة

نوع المهارة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
محادثة واتصال	181	42.39	1
الكتابة فقط	137	32.08	2
محادثة تلفزيونية وإذاعية	52	12.18	3
كل ما ذكر	49	11.48	4
لا شيء مما ذكر	8	1.87	5
المجموع	*427	100.00	-

(*) المجموع هنا اكبر من عدد أفراد العينة لأنه كان الحق للمبحوث باختيار أكثر من بديل

يبين الجدول رقم(14) أن الرتبة الأولى من ممارسي العلاقات العامة يتقون " مهارة المحادثة والاتصال" بتكرار بلغ (181) وبنسبة تساوي (42.39%) من العينة، أما الرتبة الثانية فكانت لمهارة "الكتابة فقط " بتكرار بلغ (137) وبنسبة تساوي (32.08%) من العينة، أما الرتبة الثالثة فكانت للفئة التي أجابت بأنها تتقن مهارة " المحادثة التلفزيونية والإذاعية " بتكرار بلغ (52) وبنسبة تساوي (12.18%) من العينة، وتبين أن (49) من أفراد العينة وبنسبة تساوي (11.48%) من العينة تتقن "كافة مهارات الاتصال الجماهيري" المذكورة أعلاه وذلك في الرتبة الرابعة. في حين أن (8) من العينة وبنسبة تساوي (1.87%) من العينة أقرت بأنها "لا تتقن أي من مهارات الاتصال الجماهيري" وجاءت في الترتيب الخامس.

6/5: مهارة الحرص على متابعة الأخبار العامة والخاصة في مجال العمل:

ويبين الجدول (15) نتائج هذا السؤال.

جدول (15)

مستوى الحرص على متابعة الأخبار العامة والخاصة بمجال العمل

مستوى المتابعة	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
دائما	101	42.98	1
غالبا	69	29.36	2
أحيانا	49	20.85	3
لا اتابع	16	6.81	4
المجموع	235	100.00	–

يبين الجدول رقم (15) إن الرتبة الأولى جاءت للفئة التي أقرت بأنها " تحرص دائما على متابعة الأخبار" بتكرار بلغ (101) وبنسبة تساوي (42.98%) من العينة، ثم جاء في الرتبة الثانية الفئة التي أقرت بأنها "غالبا" ما تحرص على متابعة الأخبار بتكرار بلغ (69) وبنسبة تساوي (29.36%) من العينة، أما الرتبة الثالثة فكانت للفئة التي أقرت بأنها "أحيانا" تقوم بمتابعة الأخبار العامة والخاصة بتكرار بلغ (49) وبنسبة تساوي (20.85%) من العينة، في حين جاء في الرتبة الرابعة الفئة التي أقرت " بأنها لا تتابع " الأخبار العامة والخاصة بتكرار بلغ (16) وبنسبة تساوي (6.81%) من العينة.

6/6: مهارة إجادة اللغة العربية بمستويات مختلفة:

ويبين الجدول رقم (16) نتائج هذا السؤال.

جدول (16)
مستويات إجادة اللغة العربية

مستوى **الإجادة**	**التكرار**	**النسبة المئوية**	**الترتيب**
القراءة	204	32.48	1
الكتابة	184	29.30	2
محادثة	173	27.55	3
القواعد	67	10.67	4
المجموع	628	100.00	–

(*) المجموع هنا اكبر من عدد أفراد العينة لأنه كان الحق للمبحوث باختيار أكثر من بديل

يتبين من الجدول رقم (16) أن الذين يجيدون "قراءة" اللغة العربية احتلوا الرتبة الأولى، إذ جاء تكرارهم (204) وبنسبة (32.48%). أما الرتبة الثانية فقد كانت للذين يجيدون "الكتابة" بتكرار بلغ (184) وبنسبة مئوية تساوي (29.30%) ، وكانت الرتبة الثالثة للفئة الذين يجيدون "المحادثة" بتكرار بلغ (173) وبنسبة مئوية تساوي (27.55%) ، أما الرتبة الرابعة فكانت للذين يجيدون "قواعد اللغة العربية" بتكرار بلغ (67) وبنسبة مئوية تساوي (10.67%) من العينة.

6/7: إجادة اللغات الأجنبية بمستويات مختلفة:

ويبين الجدول رقم (17) نتائج هذا السؤال.

جدول (17)

مستويات إجادة اللغات الأجنبية لدي ممارسي العلاقات العامة

مستوى **الإجادة**	**التكرار**	**النسبة المئوية**	**الترتيب**
أجيد لغة أجنبية واحدة	156	66.38	1
لا أجيد أي لغة	73	15.74	2
أجيد لغتين	34	14.47	3
أجيد أكثر من لغتين	8	3.40	4
المجموع	235	100.00	–

يبين الجدول رقم (17) أن الفئة التي "تجيد لغة أجنبية واحدة" جاءت في الرتبة الأولى بتكرار بلغ (156) وبنسبة مئوية تساوي (.3866%) من العينة، فيما جاءت في الرتبة الثانية الفئة التي "لا تجيد أي لغة أجنبية" بتكرار (73) وبنسبة تساوي (15.74%) من أفراد العينة، أما الرتبة الثالثة فجاءت للفئة التي "تجيد لغتين" بتكرار بلغ (34) وبنسبة مئوية تساوي (14.47%) من العينة، أما الرتبة الرابعة فكانت للفئة التي "تجيد أكثر من لغتين" بتكرار بلغ (8) وبنسبة مئوية تساوي (3.40%) من العينة.

السؤال السابع : ما مستوى رضا ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية عن مهاراتهم المهنية؟

ويبين الجدول (18) مستويات رضا الممارسين عن مهاراتهم المهنية؟

جدول (18)

مستوى الرضا لممارسين تجاه المهارات المهنية

مستوى الرضا	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
رضا متوسط	112	47.66	1
راض تماما	105	44.68	2
غير راض	18	7.66	3
المجموع	235	100.00	–

يبين الجدول رقم (18) أن الرتبة الأولى كانت للفئة ذات "الرضا المتوسط" بتكرار بلغ (112) وبنسبة تساوي (47.66%) من العينة، أما الرتبة الثانية فكانت للفئة التي تشعر "برضا تام" بتكرار بلغ (105) وبنسبة تساوي (44.68%) من العينة، ثم كانت الرتبة الثالثة للفئة التي لا تشعر بأي رضا " غير راض" بتكرار بلغ (18) وبنسبة تساوي (7.66%) من أفراد العينة.

السؤال الثامن : ما جوانب النقص التي يعاني منها ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية؟

ويبين الجدول رقم (19) نتائج هذا السؤال:

جدول (19)

جوانب النقص التي يعاني منها ممارسي العلاقات العامة

جوانب النقص	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
النقص في الدورات التدريبية	134	17.96	1
النقص في التخطيط	120	16.09	2
النقص في قلة تفهم من المواطنين	109	14.61	3
النقص في التأهيل العلمي	105	14.08	4
النقص في قلة التفهم من الإدارة العليا	104	13.94	5
النقص في الرواتب والمكافآت	88	11.80	6
النقص في تخصص العلاقات العامة	86	11.53	7
المجموع	746*	100.00	–

(*) المجموع هنا اكبر من عدد أفراد العينة لأنه كان الحق للمبحوث باختيار أكثر من بديل

يبين الجدول رقم (19) أن الرتبة الأولى كانت للفئة التي اختارت مشكلة أو خيار " النقص في الدورات التدريبية " وبتكرار بلغ (134) وبنسبة تساوي (17.96%) م ، وجاء في الرتبة الثانية الفئة التي اختارت " النقص في التخطيط " بتكرار بلغ (120) وبنسبة مئوية تساوي (16.09%) ، وجاء في الرتبة الثالثة فئة " النقص في قلة تفهم المواطنين لمهنة العلاقات العامة" بتكرار بلغ (109) وبنسبة تساوي (14.61%) ، أما الرتبة الرابعة فجاءت للفئة " النقص في قلة التأهيل العلمي في العلاقات العامة" بتكرار بلغ (105) وبنسبة تساوي

(14.08%) ، وجاءت الرتبة الخامسة للفئة " قلة التفهم من قبل الإدارة العليا لمهنة العلاقات العامة" بتكرار بلغ (104) وبنسبة تساوي (13.94%) من العينة، وجاءت الرتبة السادسة للفئة التي رأت أن النقص يكمن في " قلة الرواتب والمكافآت التي يحصل عليها موظفو العلاقات العامة" بتكرار بلغ (88) وبنسبة تساوي (11.80%) ،. أما الرتبة السابعة فجاءت للفئة التي رأت أن النقص يمكن في " قلة تخصص العلاقات العامة بين ممارسي العلاقات العامة " بتكرار بلغ (86) وبنسبة تساوي (11.53%) من العينة.

السؤال التاسع : ما مستويات الإدارية لوظيفة العلاقات العامة في الوزارات الكويتية؟

ويبين الجدول رقم (20) نتائج هذا السؤال.

جدول (20)

المستويات الإدارية للعلاقات العامة في الوزارات الكويتية

المستويات الإدارية	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
عليا ومتوسطة وتنفيذية	75	31.91	1
إدارة متوسطة وتنفيذية	71	30.21	2
إدارة عليا فقط	36	15.32	3
إدارة تنفيذية فقط	28	11.91	4
إدارة عليا ومتوسطة فقط	25	10.64	5
المجموع	235	100.00	–

يبين الجدول رقم (20) أن الرتبة الأولى جاءت لفئة المستويات الإدارية " عليا ومتوسطة وتنفيذية" بتكرار بلغ (75) وبنسبة تساوي (31.91%) من العينة. وجاء في الرتبة الثانية الوزارات التي تعتمد على مستويات إدارية تشمل " إدارة متوسطة وتنفيذية" بتكرار بلغ (71) وبنسبة تساوي (30.21%) من العينة، أما الرتبة الثالثة فكانت لفئة "إدارة عليا فقط" بتكرار بلغ (36) وبنسبة تساوي (15.32%) من العينة، أما الرتبة الرابعة فكانت لفئة " إدارة تنفيذية فقط" بتكرار بلغ (28) وبنسبة تساوي (11.91%) من العينة، فيما كانت الرتبة الخامسة للفئة " إدارة عليا ومتوسطة فقط" بتكرار بلغ (25) وبنسبة تساوي (10.64%) من العينة.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

الفصل الخامس
مناقشة النتائج والتوصيات

في هذا الفصل نناقش نتائج أسئلة الدراسة وبالترتيب على النحو التالي:

مناقشة نتائج السؤال الأول: ما الخصائص الديموغرافية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية من حيث النوع الاجتماعي والعمر؟

بينت النتائج المتعلقة بهذا السؤال توزع أفراد العينة من حيث النوع الاجتماعي حيث تبين أن الأكثرية (141) من ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية كانت من الإناث وبنسبة تساوي (60%) من العينة، وذلك مقابل نسبة أقل من الذكور بتكرار بلغ (95) وبنسبة تساوي (40%) من أفراد العينة.

وتشير هذه النسبة التي جاءت لصالح المرأة في العلاقات العامة إلى اهتمام وزارات ودوائر الدولة الكويتية بتوظيف المرأة في هذا المجال بناء على قدراتها المميزة في العلاقات العامة التي تحتاج للكثير من صفات المرأة كأم عطوف، وكأخت حنون. وربما أن المرأة نفسها تفضل مثل هذه الوظيفة لكونها وظيفة لا تحتاج إلى جهود شاقة أثناء العمل، بل تحتاج إلى حسن التصرف وحسن الأداء وبعض المهارات التي يمكن تعلمها وإتقانها.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج المسح الإحصائي الذي قام بها "ديوان الخدمة المدنية في الكويت في يونيو 2011. (جريدة الوطن، 2011، 24) إذ بينت الإحصائية أن نسبة الإناث في العمالة الوطنية في الوزارات والدوائر الحكومية تبلغ (42.5%) تقريبا مقابل (31.4%) تقريبا للرجال، فيما النسبة المتبقية كانت للعمالة غير الكويتية.

ومن حيث العمر يتبين أن الفئة العمرية الأكبر بين المبحوثين كانت فئة (26–30 سنة) بتكرار بلغ (89) وبنسبة مئوية (38%) ، ثم جاءت الفئة (31–35سنة) بتكرار بلغ (40) وبنسبة تساوي (17%) من أفراد العينة، ثم الفئتان (أقل من 25 سنة) و (41 سنة فأكثر) كل منهما بتكرار بلغ (36) وبنسبة تساوي (15%) من العينة المبحوثين، وكانت في النهاية الفئة (36–40) بتكرار بلغ (34) وبنسبة (14%) من المبحوثين، هذا يعني أن حوالي (70%) من ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية هم دون (35 سنة) من العمر، في حين أن (30%) من الممارسين هم فوق عمر (36). مما يعني أن إدارات العلاقات العامة تحرص على توظيف الشباب في هذه المهنة.

مناقشة نتائج السؤال الثاني: ما مستويات التأهيل العلمي أو الأكاديمي لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية؟

- بينت نتائج هذا السؤال توزيع أفراد العينة (ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية) من حيث المستوى التعليمي، ويبين الجدول رقم (5) أن الغالبية (113) من الممارسين هم من مستوى "جامعي 4 سنوات" وبنسبة تساوي (48.1%) من العينة. وجاء في الرتبة الثانية المستوى التعليمي "دبلوم سنتين" بتكرار بلغ (82) وبنسبة تساوي (34.9%) من العينة، ، فيما جاء في الرتبة الثالثة المستوى التعليمي (الثانوية فأقل) بتكرار بلغ (25) وبنسبة تساوي (10.6%) من العينة، فيما كانت هذه الفئة في دراسة حسين تساوي (32.1%) وفي الرتبة الرابعة والأخيرة المستوى التعليمي (دراسات عليا : ماجستير ودكتوراه) بتكرار بلغ (15) وبنسبة تساوي (6.4%) من العينة. في حين أنها بلغت (4.5%) في دراسة (حسين، 2007) وهي نسب متقاربة.

وهذه النتيجة تقارب النتيجة التي توصلت لها دراسة (حسين،1996) التي أظهرت أن الحاصلين على مؤهل جامعي أو دبلوم عالٍ بلغ (41.2%)،(المديرس،75،1997) لكن دراسة حسين شملت قطاعات أهلية وخاصة أخرى غير الوزارات الكويتية. ولم تحدد دراسة حسين فئة الدبلوم بل دمجتها مع الدراسة الجامعية لأربع سنوات كما أسلفنا.

مناقشة نتائج السؤال الثالث: ما التخصصات الأكاديمية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية؟

بينت نتائج هذا السؤال توزيع أفراد العينة من ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية من حيث التخصصات التعليمية أو الأكاديمية، ويبين الجدول أن الأغلبية من ممارسي العلاقات العامة هم من الفئة التي تخصصت في تخصصات مختلفة غير التي في الاستبيان المخصص وبتكرار بلغ (63) وبنسبة تساوي (26.8%) من العينة،(وقد توزعت هذه التخصصات بنسب مختلفة على تخصصات: الكمبيوتر، الجرافيك، السكرتاريا، التصوير) ، ثم جاء في الرتبة الثانية المتخصصون في تخصصات كليات الآداب المختلفة بتكرار بلغ (59) وبنسبة تساوي (25.1%) من العينة ، وجاء في الرتبة الثالثة الفئة التي تخصصت في "الإعلام والعلاقات العامة" بتكرار بلغ (45) وبنسبة تساوي (19.2%) من العينة، وتعتبر هذه النسبة ضئيلة بالنظر إلى أن مهنة العلاقات العامة هي أكثر ارتباطا بتخصص الإعلام والعلاقات العامة من غيرها، لكن يبدو أن حرص بعض الوزارات على توظيف ذوي التخصصات الأخرى ناتج عن قلة هذا التخصص في الكويت، ولذلك أشارت دراسة (حسين، 2007) إلى أن نسبة (22.4%) من ممارسي العلاقات العامة في الكويت كانوا من غير الكويتيين. وجاء في الرتبة الرابعة الفئة التي تخصصت في "احد تخصصات كليات التجارة والاقتصاد" بتكرار بلغ (43) وبنسبة تساوي (18.3%) من أفراد العينة. في

حين أن (25) من أفراد العينة لم يجيبوا هذا السؤال وبما يساوي نسبة (10.6%) من أفراد العينة لأنهم من فئة التعليم الثانوي غير المتخصصين في أي تخصص أكاديمي أو علمي.

مناقشة نتائج السؤال الرابع: ما مدى رضا ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية عن تأهيلهم الأكاديمي؟

يتبين من نتائج السؤال أن المتوسط الحسابي لفئة "الجامعيين" قد بلغ (2.46) بانحراف معياري (0.581) أي بنسبة (0.82) وهذا يعني أن هذه الفئة قد احتلت الترتيب الأول. وفي الترتيب الثاني جاءت فئة "الدراسات العليا" بمتوسط حسابي بلغ (2.41) بانحراف معياري (0.632) أي بنسبة (0.80) . أما فئة "الدبلوم" فقد جاءت في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي بلغ (2.02) بانحراف معياري (0.587) أي بنسبة (0.67)، و أخيرا جاءت فئة الثانوي بمتوسط حسابي بلغ (1.60) بانحراف معياري (0.707) أي بنسبة (0.53)

وهذه النتائج تؤكد على أنه كلما زاد المستوى التعليمي للممارس زاد رضاه لأن ارتفاع المستوى التعليمي يجذب له منافع وميزات وظيفية أفضل.

مناقشة نتائج السؤال الخامس: ما التدريب المهني الذي يتلقاه ممارسو العلاقات العامة في الوزارات الكويتية؟.

ويفحص هذا السؤال عن طريق ثلاثة مستويات :

أ- مدى تلقي ممارسي العلاقات العامة تدريب في مجال عملهم.
ب- عدد الدورات التدريبية التي يشاركون بها في مجل عملهم.
ج- مدى رضا ممارسي العلاقات العامة عما يتلقونه من تدريب مهني

وفيما يلي نتائج هذه الأسئلة:

أ-التدريب المهني الذي يتلقاه الممارسون:

بينت نتائج هذا السؤال الرتبة الأولى لمستويات التدريب المهني الذي يتلقاه ممارسو العلاقات العامة في الوزارات الكويتية كانت لصالح الفئة "أحيانا" أي التي تلقت تدريبا في بعض الأحيان من وجهة نظرهم، وجاء ذلك بتكرار بلغ (92) وبنسبة مئوية تساوي (39.2%) من أفراد العينة. أما الرتبة الثانية فكانت لصالح فئة الذين "لا يتلقون تدريبا أبدا" وذلك بتكرار بلغ (91) وبنسبة مئوية تساوي (38.7%) من العينة. وجاء في الترتيب الثالث فئة الذين يتلقون تدريبا بشكل أو بمستوى "دائما" بتكرار بلغ (52) وبنسبة مئوية تساوي (22.1%) من العينة.

وقد بينت دراسة (حسين، 2007) أن نسبة الذين تلقوا دورات تدريبية في مجال العلاقات العامة والمجالات المرتبطة بها بلغت (43.8%) من إجمالي العاملين. وهي نسبة قريبة إلى حد ما نتائج دراستنا الحالية إذا ما أخذنا بالاعتبار فارق الخمس سنوات بين الدراستين، وقد بلغت في هذه الدراسة (22.1%) للذين يتلقون دورات دائما" يضاف إليها (39.2%) للذين يتلقون دورات "أحيانا" ، كذلك من المحتمل أن الممارسين في الوزارات الكويتية هم الأكثر حرصا على تلقي مثل هذه الدورات نظرا للميزات الوظيفية التي ترتبط بها.

ب- عدد الدورات التدريبية التي يشارك بها في مجال عملهم.

بينت نتائج هذا السؤال أن الأغلبية كانت للفئة التي شاركت في دورات تدريبية بلغت من (1-2) دورة وجاء ذلك بتكرار بلغ (86) وبنسبة بلغت (59.7%) ، أما الفئة الثانية فكانت للفئة التي شاركت في دورات تدريبية من (3- 5 دورات) وجاء ذلك بتكرار بلغ (36) وبنسبة مئوية بلغت (23.6%). أما الفئة الثالثة فكانت للفئة التي شاركت في "أكثر من 5 دورات تدريبية" بتكرار بلغ (24) وبنسبة مئوية بلغت (16.7%) من أفراد العينة.

وعموما، فإن نتائج هذا السؤال بشقيه، تؤكد على أهمية توفير المزيد من الدورات التدريبية لممارسي العلاقات العامة مما سيرفع من كفاءتهم ومما سيحسن الخدمات التي تقدمها الوزارات لجماهيرها الخارجية والداخلية.

وهناك عدد من أفراد العينة لم يجب هذا السؤال أي أنهم لم يشاركوا في دورات تدريبية بتكرار بلغ (91) وبنسبة مئوية بلغت (38.7%) من أفراد العينة، وهي نسبة مطابقة لنتائج السؤال السابق وتعززها.

ج- مدى رضا ممارسي العلاقات العامة عما يتلقونه من تدريب مهني

بينت نتائج هذا السؤال أن الرتبة الأولى جاءت لصالح فئة الذين عبروا عن رضا متوسط (راض نوعا ما) بتكرار بلغ (67) وبنسبة بلغت (46.5%) من أفراد العينة، وجاءت في الرتبة الثانية الفئة التي عبرت عن "رضا تام" بتكرار بلغ (59) وبنسبة مئوية بلغت (41.0%) من أفراد العينة، أما الرتبة الثالثة فكانت من نصيب فئة "غير راض" بتكرار بلغ (18) وبنسبة مئوية بلغت (12.5%) من أفراد العينة.

وتعزز نتائج هذا السؤال نتائج السؤال السابق في التأكيد على أهمية التدريب المستمر أو المستديم لتحقيق المزيد من الفاعلية وبالتالي المزيد من الرضا للممارسين ولجماهير الوزارات الداخليين والخارجيين.

مناقشة نتائج السؤال السادس: ما المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية؟.

وتتوزع هذه المهارات الأساسية على سبع مهارات على النحو التالي:

6/1: مهارة إجراء البحوث العلمية في مجال العلاقات العامة:

بينت نتائج هذا السؤال أن الرتبة الأولى كانت "للمهارة المتوسطة في إجراء البحوث" بتكرار (110) وبنسبة تساوي (46.8%) من العينة، وكانت الرتبة الثانية لأصحاب "المهارة الكبيرة" بتكرار بلغ (64) وبنسبة تساوي (27.2%) من العينة، وجاء في الرتبة الثالثة الذين أقروا بأن مهاراتهم معدومة في "إجراء البحوث" بتكرار بلغ (42) وبنسبة تساوي (17.9%)، وجاء في الرتبة الرابعة الفئة التي أقرت بأن مهارتها " ضعيفة" في إجراء البحوث بتكرار بلغ (19) وبنسبة تساوي (8.1%) من العينة.

وتعد هذه النتائج منطقية نوعا ما، إذ لا يطالب كل من يعمل في العلاقات العامة بأن يكون باحثا متمرسا، وقد بينت دراسة (حسين،1996) أن (28.8%) من شاغلي الوظائف في إدارات العلاقات العامة في الجهات التي أجريت عليها الدراسة يشغلون "وظيفة باحث" وهي في الرتبة الثانية بالنسبة للوظائف الخمسة التي أظهرتها الدراسة.كذلك بينت دراسة حسين أن حوالي (50%) من البحوث التي تقوم بها العلاقات العامة تجرى "داخل المنشأة"، مقابل حوالي (35%) تجرى خارج المؤسسة. (المديرس، 1997 ص 92)

6/2: مهارات التكنولوجيا الاتصالية :

تعتبر مهارات استخدام التكنولوجيا من المهارات الضرورية لممارسي العلاقات العامة خصوصا في ضوء التطور الكبير في تكنولوجيا الاتصال الشخصي والجماهيري.

وقد بينت نتائج هذا السؤال أن النسبة الأكبر من ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية "تتقن مهارة استخدام جهاز الكمبيوتر" إذا تبين أن (203) من المبحوثين يتقنون ذلك بنسبة تساوي (37.5%) من المجموع، وجاء في الرتبة الثانية " إتقان مهارة استخدام الإنترنت" إذ أجاب (196) من أفراد العينة بأنهم يتقنون استخدام الإنترنت وبنسبة تساوي

(36.2%) من المجموع، ثم تبين أن الرتبة الثالثة كانت لمهارة " التصوير الفوتوغرافي" إذ أجاب (95) من أفراد العينة بأنهم يتقنون التصوير الفوتوغرافي وبنسبة تساوي (17.6%) من المجموع. أما الرتبة الرابعة فكانت لمهارة " التصوير بالفيديو"، إذ أجاب (47) من المبحوثين من ممارسي العلاقات العامة بأنهم يتقنون هذه المهارة وبنسبة تساوي (8.7%) من المجموع.

6/3: مهارات الاتصال الشخصي في العلاقات العامة:

بينت نتائج هذا السؤال أن مهارات الاتصال الشخصي لدى ممارسي العلاقات العامة تنوعت على مستويات متعددة، وتبين أن (الأغلبية) الرتبة الأولى كانت للفئة التي ترى "أن مهارتها في الاتصال الشخصي هي مهارة كبيرة" بتكرار بلغ (117) وبنسبة تساوي (49.8%) من العينة، وجاءت الرتبة الثانية للفئة التي ترى أن " مهارتها في الاتصال الشخصي كانت مهارات متوسطة" بتكرار بلغ (99) وبنسبة تساوي (42.1%) من العينة، وجاء في الرتبة الثالثة الفئة التي ترى أن " مهارتها في الاتصال الشخصي هي مهارة ضعيفة" بتكرار بلغ (10) وبنسبة تساوي (4.3%) من العينة، وجاء في الرتبة الرابعة الفئة التي ترى أنها لا تملك أي مهارة في الاتصال الشخصي "مهارة معدومة" بتكرار بلغ (9) وبنسبة تساوي (3.8%) من العينة.

6/4: مهارة التعامل مع وسائل الاتصال الجماهيري:

بينت نتائج هذا السؤال بخصوص مهارات الاتصال الجماهيري أن الأغلبية (الرتبة الأولى) من ممارسي العلاقات العامة يتقون من مهارات الاتصال الجماهيري " مهارة المحادثة والاتصال" بتكرار بلغ (181) وبنسبة تساوي (42.4%) من المجموع، أما الرتبة الثانية فكانت لمهارة "الكتابة فقط لوسائل الإعلام الجماهيري" بتكرار بلغ (137) وبنسبة تساوي

(32.1%) من المجموع، أما الرتبة الثالثة فكانت للفئة التي أجابت بأنهـا تـتقن مهـارة " المحادثة التلفزيونية" بتكرار بلغ (52) وبنسبة تساوي (12.2%) من المجموع، وتبـين أن (49) من أفراد العينة وبنسبة تساوي (11.5%) من المجموع تتقن "كافة مهارات الاتصال الجماهيري" المذكورة أعلاه. في حين أن (8) من العينة وبنـسبة تـساوي (1.9%) مـن المجموع أقرت بأنها "لا تتقن أي من مهارات الاتصال الجماهيري".

وتعتبر هذه النسب منطقية إلى حد ما لأن المهارات تتوزع بين فئات الممارسين للعلاقـات العامة. ولا يتوقع أن يتقن جميع ممارسي العلاقات العامة المهارات كلها المطلوبة لممارس العلاقات العامة.

6/5: مهارة الحرص على متابعة الأخبار العامة والخاصة في مجال العمل:

بينت نتائج هذا السؤال بخصوص مستوى الحرص على متابعة الأخبار العامة وفي مجـال العمل الذي يعمل به ممارس العلاقات العامة أن الأغلبية فيه جاءت لصالح الفئة التي أقرت بأنها " تحرص دائما على متابعة الأخبار" بتكرار بلغ (101) وبنسبة تساوي (43.0%) من العينة، ثم جاء في الرتبة الثانية الفئة التي أقرت بأنها "غالبا ما تحرص على متابعة لأخبار العامة الخاصة" بتكرار بلغ (69) وبنسبة تساوي (29.4%) مـن العينـة، أي أن حـوالي (72%) من ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية يتابعون الأخبار والتطـورات ذات الصلة بمجال أعمالهم ووظائفهم، وهذه نسب جيدة من وجهة نظر الباحث، أما الرتبـة الثالثة فكانت للفئة التي أقرت بأنها "أحيانا تقوم بمتابعة الأخبار العامة والخاصة" بتكرار بلغ (49) وبنسبة تساوي (20.9%) من العينة، في حين جاء في الرتبة الرابعة الفئة التي أقرت " بأنها لا تهتم بمتابعة الأخبار العامة والخاصة" بتكرار بلغ (16) وبنسبة تـساوي (6.8%) من العينة.

6/6: إجادة اللغة العربية بمستويات مختلفة:

يتبين من نتائج هذا السؤال أن الذين يجيدون قراءة اللغة العربية احتلوا الرتبة الأولـــى، إذ جاء تكرارهم (204) وبنسبة (32.5%) من المجموع . أما الرتبة الثانية فقد كانت للـــذين يجيدون الكتابة بتكرار بلغ (184) وبنسبة مئوية تساوي (29.3%) من المجموع، وكانـــت الرتبة الثالثة للفئة الذين يجيدون المحادثة بتكـــرار بلـــغ (173) وبنـــسبة مئويـــة تـــساوي (27.6%) من المجموع، أما الرتبة الرابعة فكانت للذين يجيدون "قواعـــد اللغـــة العربيـــة" بتكرار بلغ (67) وبنسبة مئوية تساوي (10.7%) من المجموع.

وتعتبر هذه النسب منطقية ومقبولة نوعا ما نظرا لاختلاف المهمات والوظائف بين ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية المختلفة.

6/7: إجادة اللغات الأجنبية بمستويات مختلفة:

بينت نتائج هذا السؤال أن الفئة التي تجيد لغة أجنبية واحدة من ممارسي العلاقات العامـــة كانت في الرتبة الأولى بتكرار بلغ (156) وبنسبة مئوية تساوي (66.4%) مـــن العينـــة، وتعتبر هذه النسبة جيدة جدا مما يعزز النتائج السابقة بأن أغلبية ممارسي العلاقات العامـــة يتمتعون بمستويات تعليمية جيدة. فيما جاءت في الرتبة الثانية الفئة التي لا تجيـــد أي لغـــة أجنبية بتكرار (73) وبنسبة تساوي (15.7%) من أفراد العينة، أما الرتبة الثالثة فكانت للفئة التي "تجيد لغتين" بتكرار بلغ (34) وبنسبة مئوية تساوي (14.5%) من العينة، أما الرتبـــة الرابعة فكانت للفئة التي "تجيد أكثر من لغتين" بتكرار بلـــغ (8) وبنـــسبة مئويـــة تـــساوي (3.4%) من العينة.

مناقشة نتائج السؤال السابع : ما مستوى رضا ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية عن مهاراتهم المهنية؟

بينت نتائج هذا السؤال أن الرتبة الأولى كانت للفئة ذات الرضا المتوسط "راض نوعا ما" بتكرار بلغ (112) وبنسبة تساوي (47.7%) من العينة، أما الرتبة الثانية فكانت للفئة التي تشعر "برضا تام" بتكرار بلغ (105) وبنسبة تساوي (44.7%) من العينة، ثم كانت الرتبة الثالثة للفئة التي لا تشعر بأي رضا " غير راض" بتكرار بلغ (18) وبنسبة تساوي (7.7%) من أفراد العينة.

مناقشة نتائج السؤال الثامن : ما جوانب النقص التي يعاني منها ممارسو العلاقات العامة في الوزارات الكويتية؟

بينت نتائج هذا السؤال أن الرتبة الأولى كانت للفئة التي اختارت مشكلة أو خيار " النقص في الدورات التدريبية في مجال العلاقات العامة" وبتكرار بلغ (134) وبنسبة تساوي (18.0%) من المجموع و ما نسبته (57%) من العينة، أي أن (43%) من العينة لم يجدوا في هذا الخيار نقصا من وجهة نظرهم. وتعكس هذه النتيجة اهتمام ممارسي العلاقات العامة بالدورات التدريبية وإدراكهم لأهميتها.

وجاء في الرتبة الثانية الفئة التي رأت أن " النقص في التخطيط في العلاقات العامة" بتكرار بلغ (120) وبنسبة تساوي (16.1%) من المجموع وبنسبة مئوية تساوي (51%) من العينة، أي أن ما نسبته (49%) لم يجدوا في هذا الخيار مشكلة أو نقصا في العلاقات العامة في الوزارات التي يعملون بها.

وقد بينت دراسة (حسين، 1996) أن (67%) من الجهات التي أجرى عليها الدراسة "تقوم بوضع خطة بصفة دائمة" لتحقيق أهداف العلاقات العامة. " العمل (المديرس،1997، ص 99)

وبينت أن قلة التخطيط ناتج عن عدة أسباب من وجهة نظر المبحوثين كان أولها وأهمها من وجهة نظرهم " العمل روتيني ومتعارف عليه ولا يحتاج لخطة" ثم " عدم توافر الأخصائيين في مجال تخطيط العلاقات العامة" بوزن نسبي يساوي (12.3%) لكل منهما.(المديرس، 1997، 103)

وجاء في الرتبة الثالثة الذين رأوا أن خيار " النقص في قلة تفهم المواطنين لمهنة العلاقات العامة" بتكرار بلغ (109) وبنسبة تساوي (14.6%) من المجموع و (46.4%) من العينة، أي أن (53.6%) من العينة لم يروا في هذا الخيار نقصا في الوزارات التي يعملون بها. وتعتبر هذه النسبة مرتفعة لذلك يحتاج ممارسو العلاقات العامة للقيام بحملات إعلامية مدروسة للتعريف بمهنتهم وأهميتها للوزارات وللمواطنين على حد سواء.

أما الرتبة الرابعة فكانت للفئة التي رأت أن " النقص في قلة التأهيل العلمي في العلاقات العامة" بتكرار بلغ (105) وبنسبة تساوي(14.1%) من المجموع و (44.7%) من العينة، أي أن ما نسبته (55.3%) لم يروا في هذا الخيار نقصا في الوزارات التي يعملون بها.

وما يعزز هذه النتيجة أن نتائج السؤال الثالث أظهرت أن تخصص "الإعلام والعلاقات العامة" بين ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية لم يبلغ غير نسبة تساوي (19.2%) وهي الفئة الثالثة من الفئات لتخصصات ممارسي العلاقات العامة، مما يتطلب تشجيع طلبة هذا التخصص ليجري سد النقص الحاصل في هذه المهنة من قبل متخصصين.

وجاءت الرتبة الخامسة للفئة التي رأت أن النقص يتمثل في " قلة التفهم من قبل الإدارة العليا لمهنة العلاقات العامة" بتكرار بلغ (104) وبنسبة تساوي(14.0%) من المجموع و (44.3%) من العينة، أي أن (55.7%) من العينة لم يروا في هذا الخيار نقصا في الوزارات التي يعملون بها.

وجاءت الرتبة السادسة للفئة التي رأت أن النقص يكمن في " قلة الرواتب والمكافآت التي يحصل عليها موظفو العلاقات العامة" بتكرار بلغ (88) وبنسبة تساوي(11.8%) من المجموع و (37.4%) من العينة، أي أن ما نسبته (62.6%) من العينة لم يروا في هذا الخيار نقصا في الوزارات التي يعملون بها.

أما الرتبة السابعة والأخيرة فكانت للفئة التي رأت أن النقص يمكن في " قلة تخصص العلاقات العامة بين ممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية" بتكرار بلغ (86) وبنسبة تساوي(11.5%) من المجموع و (36.6%) من العينة. أي أن ما نسبته (63.4%) من العينة لم يروا في هذا الخيار نقصا في الوزارات التي يعملون بها.

مناقشة نتائج السؤال التاسع : ما المستويات الإدارية لوظيفة العلاقات العامة في الوزارات الكويتية؟

بينت نتائج هذا السؤال أن الرتبة الأولى (الأغلبية) من إدارات العلاقات العامة في الوزارات الكويتية تشتمل على ثلاثة مستويات من إدارة العلاقات العامة "عليا ومتوسطة وتنفيذية" بتكرار (75)وبنسبة تساوي (31.9%) من العينة.

وجاء في الرتبة الثانية الوزارات التي تعتمد على مستويات إدارية تشمل " إدارة متوسطة وتنفيذية" بتكرار بلغ (71) وبنسبة تساوي (30.2%) من العينة، أما الرتبة الثالثة فكانت لفئة "إدارة عليا فقط" بتكرار بلغ (36) وبنسبة تساوي (15.3%) من العينة، أما الرتبة الرابعة

فكانت لفئة " إدارة تنفيذية فقط" بتكرار بلغ (28) وبنسبة تساوي (11.9%) من العينة، فيما كانت الرتبة الخامسة للفئة " إدارة عليا ومتوسطة فقط" بتكرار بلغ (25) وبنسبة تساوي (10.6%) من العينة.

وبالمقارنة مع دراسة (حسين، 1996) فقد اعتمدت دراسته أربعة تصنيفات لمستويات الارتباط الإداري لجهاز العلاقات العامة، وهي:

1- الإدارة العليا بالمنشأة ، ممثلة بالوزير أو مراكز إدارية عليا، وأظهرت النتائج أن (59.3%) من العلاقات العامة من هذا التصنيف.

2- الإدارة العليا غير ذات الصلة بنشاط العلاقات العامة والمتمثلة في (مدير عام الشؤون المالية والإدارية، مدير عام التسويق أو الشؤون التجارية) ونسبتهم تعادل (14.7%) من عينة الدراسة.

3- الإدارة التنفيذية أو الوسطى غير ذات الصلة بنشاط العلاقات العامة والمتمثلة بالمديرين أو نوابهم أو مساعديهم، وهؤلاء يبلغون ما نسبته (14.7%) أيضا من العينة.

4- الإدارة التنفيذية أو الوسطى ذات الصلة بنشاط العلاقات العامة، وهؤلاء هم النسبة الأقل وبما يساوي (4.9%) من العينة.

وبمقارنة نتائج الدراستين، تظهر دراستنا الحالية مدى التطور الكبير الذي شهدته العلاقات العامة في الوزارات الكويتية من ناحية ارتباطها الإداري، مع أنه ما يزال أمامها مسافة كبيرة لتصل الإدارات للعلاقات العامة ذات استقلال تام أو أن تصبح جهازا متكاملا بإدارة عليا ووسطى وتنفيذية.

ثانيا: توصيات الدراسة

بناء على نتائج الدراسة والملاحظات التي لمسها الباحث فإنه يوصي بما يلي:

أولا: للوزارات الحكومية الكويتية.

1- زيادة عدد العاملين في العلاقات العامة من حملة الشهادات العليا ، وذلـك عـن طريـق استقطاب هؤلاء أو ابتعاث قسم من ممارسي العلاقات العامة لمواصلة دراساتهم العليـا فـي تخصص العلاقات العامة... وضرورة زيادة نسبة المتخصصين في الإعلام والعلاقات العامة في العمل في الوزارات الكويتية .

2- توفير المزيد من الدورات المهنية في مجالات يحتاجها ممارسو العلاقات العامـة مثـل دورات التواصل مع وسائل الإعلام الجماهيرية، أو استخدام بعض تكنولوجيا الاتصال. ذلـك أن (57%) من ممارسي العلاقات العامة طالبوا بهذه الدورات.

3- تحسين الرواتب والمكافآت للعاملين في مهنة العلاقات العامة لزيادة مـستويات الرضـا لأفضل مستوى ممكن.

4- العمل على توفير أقسام أو دوائر للعلاقات العامة بمستوياتها الإدارية الثلاثـة: العليـا ، المتوسط، التنفيذي.

ثانيا: التوصيات لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية:

1- القيام بحملات إعلامية مخططة من أجل زيادة تفهم الناس والجمهور الداخلي أيضا لأهمية العلاقات العامة في الوزارات والدوائر الحكومية. ذلك أن نتائج الدراسة أظهرت مشكلة فـي هذا الصعيد من وجهة نظر الممارسين وبنسبة تساوي (46.4%) من العينة.

2- توصي الدراسة ممارسي العلاقات العامة بعقد اجتماعات للتدارس في تحــسين ظــروف المهنة وعقد مؤتمرات علمية للرقي بها وكذلك عقد دورات وندوات تحسن من تفهم الجمهور الداخلي والإدارات الأخرى لمهنة العلاقات العامة.

3- قيام الجهات المختصة في العلاقات العامة بإجراء مسوح إحصائية ونشرها ووضعها تحت صرف الباحثين والمهتمين نظرا لأهمية تلك البيانات في إجراء البحــوث وتطــوير المهنــة وتحسين شروطها وتفهم الجمهور لها.

قائمة المراجع:

الكتب العربية:

- أبو أصبع، صالح خليل(1998) **العلاقات العامة والاتصال الإنساني**، عمان، دار الشروق.

- إدريس، ثابت، والمرسي، جمال محمد (2001) السلوك التنظيمي: نظريات ونماذج وتطبيق عملي لإدارة السلوك في المنظمة. الإسكندرية، الدار الجامعية.

- البادي، محمد (1991) **المشكلات المهنية في العلاقات العامة، القاهرة**، مكتبة لأنجلو المصرية.

- الباز، علي (2002) **العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والرأي العام**، الإسكندرية، مكتبة الإشعاع الفنية.

- البخشواني، مجدي عبد الحارس (2001) **العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية**، الإسكندرية، المكتب الجامعي للنشر والحديث.

- بناني، الهاشمي وآخرون(1989) **التصنيف المهني العربي**، الطبعة الثانية، بغداد، منظمة العمل العربية.

- حجاب، محمد منير (1999) **مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة**، سلسلة دراسات إعلامية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.

- حجاب، محمد منير (2003) **الموسوعة الإعلامية**، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.

- حجاب، محمد منير، ووهبي، سحر (1995) **المداخل الأساسية للعلاقات العامة: المدخل الاتصالي**، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.

- حسين ، سمير محمد (2005) **العلاقات العامة**، ط 4، القاهرة، لا دار نشر.

- خضر، أحمد (1998) العلاقات العامة، عمان، دار المسيرة.

- الدرة، عبد الباري، والمجالي، نبيل خليف (2010) **العلاقات العامة في القـــرن الحـــادي والعشرين: النظرية والممارسة التطبيق** ، منحى نظامي واستراتيجي، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع.

- الدليمي، سمير، والعبدلي، قحطان، (1998) **الترويج والإعـــلان**، ط4، القـــاهرة، مكتبـــة زهران للنشر والتوزيع.

- الدليمي، عبد الرزاق (2011) **الهندسة البشرية والعلاقات العامة: هندسة القبول والرضا**، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع.

- الدليمي، عبد الرزاق(2005) **العلاقات العامة في التطبيق**،طبعة أولى، عمان، دار جرير.

- ديوان الخدمة المدنية،(2011) المسميات الوظيفية لوظيفة العلاقات العامة في الكويت، نشرة خاصة.

- رشوان، حسين عبد الحميد (1993) **العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتمـــاع**، جدة، الدار السعودية للنشر والتوزيع.

- سعادة، راغب (2000) **المدخل إلى العلاقات العامة**،طبعة أولى، عمان، دار المسيرة.

- صالح، عبد المحيي ورمضان، جلال الدين عبد الخالق (2000) **العلاقات العامة والإعـــلام في الخدمة الاجتماعية**، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.

- العبد الله ، احمد محمد (1991) **العلاقات العامة والرأي العـــام، المفـــاهيم والتطبيقـــات الإدارية**، القاهرة، مطبعة زهران.

- عبد الحميد، محمد (2000) **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**،القاهرة : عالم الكتب.

- عبد الحميد، محمد (2003)، **المنهج العلمي في البحوث العلمية**، القاهرة ، عالم الكتب.

– عجوة، علي (2000) **الأسس العلمية للعلاقات العامة**، طبعة رابعة، القاهرة، عالم الكتب.

– عجوة، علي(2002) **العلاقات العامة والصورة الذهنية**، القاهرة، عالم الكتب.

– عطية، طاهر مرسي(1994) **فن وعلم العلاقات العامة**، طبعة ثانية، القاهرة، دار النهضة العربية.

– عليوة، السيد (2001) **تنمية مهارات العلاقات العامة في ظروف المنافسة**، القاهرة، ايتراك للنشر والتوزيع.

– الطماوي، جابر(2003) **العلاقات العامة وتطبيقاتها العلمية**، لا مكان،لا دار نشر.

– الكردي،

– مديرس، بدر عبد الله (إعداد) (1997) **المؤتمر الثاني للعلاقات العامة والإعلام**، الكويت، جامعة الكويت.

– محمد عبد الفتاح, محمد(1994) **العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية** ، "**أسس ومبادئ**"، ط2،(الإسكندرية: المكتب العلمي للكمبيوتر للنشر والتوزيع .

– المصري،أحمد (2000)،**العلاقات العامة**، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة.

– معوض، محمد (2000) **الاتجاهات الحديثة لدور العلاقات العامة في المجتمع الكويتي**، سلسلة دراسات إعلامية، الجزء الثالث، القاهرة، دار الكتاب الحديث.

– المغربي، كامل محمد (2011)، أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، الطبعة الرابعة، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع.

– يوسف، محمد (2001) **المدخل للعلاقات العامة** ، القاهرة. بلا دار نشر.

– يوسف، محمد (2003) **محاضرات في فن العلاقات العامة** ، القاهرة. بلا دار نشر.

رسائل الماجستير والبحوث:

أبو زيد، مريم سليمان (2006) **الخصائص المهنية لممارسي العلاقات العامة وعلاقتها بالتأهيل والتدريب في مؤسسات حكومية وأهلية في مصر** (دراسة ماجستير. غير منشورة، قسم الإعلام كلية الآداب جامعة **قنا**).

رشيد، تحسين منصور (1993) "**تنظيم وإدارة العلاقات العامة في الجهاز الحكومي الأردني واتجاهات الإدارة العليا نحوها: دراسة ميدانية**" (أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة).

– دياب، وليد خلف الله محمد (2008) **أخلاقيات مهنة العلاقات العامة في الوطن العربي** (**رسالة ماجستير** غير منشورة، جامعة جنوب الوادي – مصر)

– حسين، سمير محمد (1996) **إدارة العلاقات العامة بدولة الكويت: دراسة ميدانية. في** المديرس، بدر عبد الله (إعداد) (1997) **المؤتمر الثاني للعلاقات العامة والإعلام**، الكويت، جامعة الكويت.

خليل، إنجي محمد أبو سريع (2004) **الصورة الذهنية لمهنة العلاقات العامة لدى ممارسيها وعلاقتها بمستوى أدائهم لها.** (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة).

– الشيخ، سوسن سالم (1997) "**النموذج الإسلامي للرضا الوظيفي: نموذج مقترح**" المجلة العلمية لكلية التجارة، جامعة الأزهر، العدد 13.

– الشماخي، خميس بن عبد الله بن علي (2001) **تقييم أداء دوائر العلاقات العامة في سلطنة عمان من وجهة نظر مديري الدوائر الأخرى.(رسالة ماجستير** غير منشورة، الأردن، جامعة آل البيت، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، قسم الإدارة العامة).

- العبد الله ، احمد محمد (1992) **تقييم أداء وظيفة العلاقات العامة في أجهزة الإدارة العامة** المركزية في الأردن. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية.

- قيراط ، محمد (2004) "**ممارسو العلاقات العامــة فــي الإمــارات العربيــة المتحــدة، الخصائص الديموغرافية والتوجهات المهنية والقيم الأخلاقية**". في مجلة **جامعــة الــشارقة للعلوم الشرعية والإنسانية**، المجلد 4، العدد 3، أكتوبر 2007. ص ص 205 – 263.

الصحف والمجلات:

- جريدة الوطن الكويتية، العدد 7181/12735، السبت، 9 رجب 1432. الموافق 11 يونيو 2011، السنة 50.

الكتب والمجلات الأجنبية:

- Atlas Encyclopedic Dictionary (2002) (Cairo, Atlas).

- Cutlip. Scott M. Allen H. Center & Broom, Glen M. (2000) Effective Publice Relations. 8th ed., (New Jersy: Printice Hall, Inc.)

-Danny, Moss & DeSanto, Barbara (2002)Public Relations: International Perspectives, 1st ed.,(New York: Routledge.

- Dean, Kruckeberg (2000) The Public Relations Practitioners' Role in Practicing Strategic Ethics'Public Relations Quarterly. Vol.45.No.3.

- Dennis,L.W & Its (1998) Public Relations; Strategies and Tactics, 5th ed.,(New

- Harrison, Shirley (2000) Public Relation: An introduction, 2nd ed., (London: Business Press, Thomson Learning).

- Heath ,Robert l. (2001), Handbook of Public Relations, (London: Sage Publications , Inc).

- Hon, L,C., (1997) "What Have You Done for Me Lately: Exploring Effectiveness in Public Relations" Journal of Public Relations Research, Vol.9,No.1.

- Howard , Carole,(1995) Bulding Cathedrals Reflections Three Decades in Corprate Public Relations and a Peek at the Futere" Public Relation Quarterly, Vol.40,No.2.

- Frank, J. (1993), Planned Press and Public Relations, 3rd ed., (London; Blackie A cadmic & Professional Ltd.,)

- Page, Arthur W, (2001) Publisher, Public Relations, Pioneer and Partiot , 1st ed., (Noel Griese: Anvil Publisher Inc.,).

- Ronald , N. Levy(2001)"Survival Public Relations" Quarterly,Vol.46.No:4. Public Relation

مراجع انترنت بالإنجليزية

- Occupational Outlook Handbook, 2010-11 Edition
http://www.bls.gov/oco/ocos086.htm

- Free Wikipedia encyclopedia.
http://en.wikipedia.org/wiki/Public_relation

مواقع على شبكة الانترنت:

مقال: دياب، وليد خلف الله محمد ، 2010. "أسس وركائز العلاقات العامة الناجحة"
http://aprs-info.org/news.php?action=view&id=10

– موقع جمعية العلاقات العامة الكويتية:

http://www.kpra.org/links.php?page=20".

– كافي، محمد عبد الوهاب الفقيه (2005) أوضاع الإعلاميات ومعوقات الممارسة المهنية في المجتمع والمؤسسات الإعلامية اليمنية((دراسة مسحية للقائم بالاتصال)) منتدى الإعلاميات اليمنيات. موقع الكتروني www.womengateway.com ، شوهد بتاريخ 2010/12/11

– الموسوعة الحرة على الإنترنت

- Free Wikipedia encyclopedia. –

– موقع الخبراء العالميون (Global Experts):

?http://www.global-kw.com/program_details.aspx

شوهد بتاريخ 15-12-2010

ملحق رقم (1) أسماء لجنة التحكيم

	أسم المُحكم	تخصصه ومكان عمله
1	أ.د. عبد الرزاق الدليمي	كلية الإعلام / جامعة الشرق الأوسط
2	د. كامل خورشيد	كلية الإعلام / جامعة الشرق الأوسط
3	د. خالد الحميدي القحص	قسم الإعلام / جامعة الكويت.
4	د. هبة خليفة المسلم	علاقات عامة- قسم الإعلام / جامعة الكويت
5	د. فلاح الدهمشي	تخصص إذاعة وتلفزيون.

الملحق (2)استبيان الدراسة:

جـــامـعـــة الـــشـرق الأوسـط
MIDDLE EAST UNIVERSITY

استمارة دراسة في العلاقات العامة

....

أعزائي ممارسي العلاقات العامة في الوزارات– دولة الكويت

هذه الاستمارة هي أداة لدراسة في مستوى الماجستير في كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط (عمان) الأردن وعنوانها:

المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامة في الوزارات الكويتية

(دراسة مسحية تحليلية)

تهدف الدراسة إلى قياس المهارات المهنية لممارسي العلاقات العامــة ومــستوى الرضا الوظيفي راجيا أن تكون هذه الدراسة إسهاما متواضعا في الرفع من شــأن المهنة وممارسيها خدمة للبحث العلمي وللمواطنين الكويتيين.

وأرجوا منكم ملء البيانات الواردة بها بموضوعية مما يساعد الباحث في الحصول على معلومات حول موضوع دراسته. علماً بأن بيانات هذه الاستمارة سرية ولا تستخدم في غير أغراض البحث العلمي. وغير مطلوب إعطاء بيانات خاصة بالمبحوث مثل الاسم أو رقم التليفون وغيرها من بيانات الخصوصية.

شاكراً لكم حسن تعاونكم...

الباحث: محمد حجاج العلاطي

العلاقـــــات العامـــــة – كليـــــة الإعـــــلام – جامعـــــة الـــــشرق الأوســـــط

<u>القسم الأول: البيانات الأولية</u>

البيانات الأولية:(رجاء ضع إشارة ☑ في المربع المناسب)

أ- اسم الوزارة التي تعمل بها........................

ب- النوع : □- ذكر. □ - أنثى.

ت- العمر:

□- أقل من 25 عاما. □ - من 26 إلى 30عاما. □ - من 31 إلى 35 عاما.

□ -من 36 إلى 40 عاما. □ - من 41 وأكثر.

ث- التخصص الدراسي الذي أكملته:

□- الإعلام أو العلاقات العامة. □- تخصص في الآداب. □- غير ذلك(أذكر لطفا)....

ج- **ما مستوى التأهيل العلمي أو الأكاديمي الذي حققته؟**

□- ثانوي فأقل. □ -دبلوم. □ - تعليم جامعي . □- دراسات عليا.

<u>القسم الثاني: التأهيل الأكاديمي والتدريب.</u>

1- ما مستوى الرضا الذي تشعر به تجاه تأهيلك الأكاديمي؟.

□- راض تماماً. □ - نوعا ما . □- غير راض بتاتا.

2- هل سبق وأن تلقيت تدريبا مهنيا في مجال العلاقات العامة؟

□- دائماً. □ - أحيانا . □- أبداً" . (إذا كان هذا خيارك فأنــت غيــر مطالــب بالسؤالين اللاحقين (3+4)

3- إذا كنت قد شاركت في بعض الدورات التدريبية المهنية في مجال العلاقــات العامة، فما هو عددها :

□- من 1-2 دورة. □- من 3-5 دورات. □- أكثر من خمس دورات.

4- ما مدى الرضا الذي تشعر به تجاه ما تلقيته من تدريب مهني؟.

□- راض تماما . □ - نوعا ما (بقدر متوسط). □- غير راض.

<u>القسم الثالث: المهارات المهنية</u>

أختر ما ينطبق عليك من المهارات التالية:

5- مهارة إجراء البحوث العلمية في مجال العلاقات العامة:

□- مهارة كبيرة. □- مهارة متوسطة. □- مهارة ضعيفة. □- ليس لدي أي مهارة في ذلك.

6- مهارة استخدام وسائل وتكنولوجيا الاتصال (يمكن اختيار أكثر من خيار):

□- الكمبيوتر. □- الإنترنت. □- التــصوير الفوتــوغرافي. □- التــصوير بكاميرا الفيديو. □- لا شي مما ذكر.

7- مستوى مهاراتي في الاتصال الشخصي أعتبرها:

□- مهارة كبيرة. □- مهارة متوسطة. □- مهارة ضعيفة. □- ليس لدي أي مهارة في ذلك.

8- مهارة في التعامل مع وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري(يمكن اختيار أكثر من خيار):

□- كتابة فقط. □- محادثة واتصال. □- محادثة تلفزيونية وإذاعية. □ - كل ما ذكر. □- لا شيء مما ذكر.

9- أحرص على متابعة الأخبار العامة والخاصة في المجال الذي أعمل فيه:

□- دائما. □- غالبا. □- أحيانا. □- لا أهتم بذلك.

10- لغتي العربية جيدة جدا في مجال (يمكن اختيار أكثر من خيار):

□- القراءة □- كتابة □ - محادثة □- قواعد اللغة

11- اللغة الأجنبية التي أجيدها كممارس للعلاقات العامة؟

□- أجيد لغة أجنبية واحدة. □- أجيد لغتين أجنبيتين. □- أجيد أكثر من لغتين أجنبيتين. □- لا أجيد أي لغة أجنبية.

12- ما مدى الرضا الذي تشعر به تجاه مهاراتك المهنية؟.

□- راض تماماً.□ - نوعا ما (بقدر متوسط). □- غير راض .

<u>**القسم الرابع: جوانب النقص:**</u>

13- من وجهة نظرك الشخصية، ما جوانب النقص التي تعاني منها كممـــارس في العلاقات العامة في الوزارات الكويتية أثناء تأدية مهماتك الوظيفية؟.(يمكــن اختيار أكثر من خيار)

□- النقص في مجال التخطيط.

□- النقص في تخصص العلاقات العامة.

□- النقص في مجال التأهيل العملي.

□- النقص في مجال الدورات التدريبية.

□- النقص في التفهم لأهمية وظيفة العلاقات العامة من قبل الإدارات العليا.

□- النقص في التفهم لأهمية وظيفة العلاقات العامة من قبل المواطنين.

□- النقص في الرواتب والمكافآت.

<u>**القسم الخامس: المستوى الوظيفي للعلاقات العامة**</u>

14- ما هي المستويات الوظيفية(الإدارية) للعلاقات العامة في وزارتكم حسب علمك؟

□- مستوى إدارة عليا فقط.

□- مستوى إدارة عليا ومتوسطة فقط.

□- مستوى إدارة متوسطة وتنفيذية فقط.

□- مستوى إدارة تنفيذية فقط .

□- مستوى إدارة عليا ومتوسطة وتنفيذية (ميدانية).